

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAIBA – UFPB
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS – CCJ
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS DE SANTA RITA
GRADUAÇÃO EM DIREITO

JULIAN PIMENTA BARBOSA PESSOA

**ANÁLISE DO POSICIONAMENTO DA MÍDIA NACIONAL SOBRE
REGULAÇÃO DA MÍDIA COM BASE NA LEI DE MEIOS ARGENTINA**

SANTA RITA
2017

JULIAN PIMENTA BARBOSA PESSOA

**ANÁLISE DO POSICIONAMENTO DA MÍDIA NACIONAL SOBRE
REGULAÇÃO DA MÍDIA COM BASE NA LEI DE MEIOS ARGENTINA**

Trabalho de Conclusão de Curso desenvolvido e apresentado ao Curso de Direito do Centro de Ciências Jurídicas da Universidade Federal da Paraíba como requisito para aprovação na disciplina de Trabalho de Conclusão I.
Orientador: Prof. Dr. Roberto Efrem Filho

SANTA RITA
2017

Pessoa, Julian Pimenta Barbosa.

P475a Análise do posicionamento da mídia nacional sobre regulação da mídia com base na Lei de meios Argentina / Julian Pimenta Barbosa Pessoa. – Santa Rita, 2017.
57f.

Monografia (Graduação) – Universidade Federal da Paraíba. Departamento de Ciências Jurídicas, Santa Rita, 2017.

Orientador: Profº. Dr. Roberto Efrem Filho.

1. Democracia . 2. Regulação. 3. Ley de Medios. 4. Censura. I. Efrem Filho, Roberto. II. Título.

ANÁLISE DO POSICIONAMENTO DA MÍDIA NACIONAL SOBRE REGULAÇÃO DA MÍDIA COM BASE NA LEI DE MEIOS ARGENTINA

Monografia apresentada à Universidade Federal da Paraíba,
Campus Santa Rita, como parte dos requisitos para a obtenção
do grau de Bacharel em Direito.

Aprovada em: ____/____/2017

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Roberto Efrem Filho (Orientador)
Universidade Federal da Paraíba

Prof. Dr. Ronaldo Alencar dos Santos
Universidade Federal da Paraíba

Profª. Drª. Ana Lia Almeida
Universidade Federal da Paraíba

À Rosangela, minha Rosa.
À Valentin.

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, Adriano e Rosangela, pelo incentivo e apoio nos estudos.

À Talita, mulher e amiga, sempre presente.

Aos meus amigos pessoais e aos colegas de curso pelo companheirismo e troca de conhecimento nos corredores e na vida.

Aos professores do departamento de ciências jurídicas, que me acolheram na segunda metade do curso, me fazendo repensar o Direito.

Ao meu orientador, Roberto Efrem Filho, que além da paciência e generosidade durante o processo de construção deste trabalho, se mostrou, desde os primeiros encontros na complementação de sociologia, um ser humano inspirador.

À todos que torceram e me incentivaram ao longo dos anos, minha gratidão.

*“Dentro de nós há uma coisa que não
tem nome, essa coisa é o que somos”
(Saramago)*

RESUMO

Este trabalho de pesquisa versa sobre a análise da narrativa jornalística de dois grandes veículos de mídia nacionais, Estadão e Folha de S. Paulo, no recorte temporal de 2008, 2009 e 2010, sobre a questão da regulação da mídia. Para tanto, toma-se, como *corpus* de pesquisa, as matérias publicadas pelos dois jornais acerca da promulgação da *Ley de Medios* argentina de 2009, explicitando, de forma analítica, as maneiras como são disputados politicamente os sentidos de comunicação, censura, regulação e democracia. No transcurso da pesquisa, foi realizada revisão bibliográfica sobre a *Ley de Medios* e sobre o panorama atual da legislação de comunicação social no Brasil, abarcando as possibilidades de regulação da mídia no país. Posteriormente, identificado o cenário de concentração da mídia nacional, estabeleceu-se critérios para avaliar o discurso dos dois veículos escolhidos, com o intuito de demonstrar suas estratégias para o esforço de produção de consenso favorável para manutenção da concentração e da desregulação do setor midiático no Brasil.

Palavras-chave: Democracia; Regulação; *Ley de Medios*; Censura.

ABSTRACT

The present study treats about the analysis of the newspaper narrative of two large national media vehicles, Estadão and Folha de S. Paulo, in a temporal cut between the years of 2008, 2009 and 2010 about the question of media regulation. For this purpose, the articles published by these two newspapers, about the promulgation of Argentinian Ley de Medios, are taken as research corpus, expressing in an analytical way how the meanings of communication, censorship, regulation and democracy are politically disputed. During the research, a bibliographic review about the Ley de Medios and the current landscape of Brazilian media legislation has carried out, including the Brazil's media adjustment possibilities. Afterwards, a scenario of concentration of the national media was identified, and criteria was established to evaluate the discourse of the two vehicles chosen, in order to demonstrate their strategies for the production effort of favorable consensus of maintenance of the concentration and maintenance of deregulation of the media sector in Brazil.

Keywords: Democracy; Regulation; Ley de Medios; Censorship

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – <i>Ranking</i> de jornal impresso em 2015	43
Tabela 2 – <i>Ranking</i> de jornal digital em 2015.	43
Tabela 3 - Hábitos de consumo de mídia pela população brasileira (2015)	45
Tabela 4 – Gastos públicos com publicidade em 2014. (Secom e estatais)	45

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

ABERT -	Associação Brasileira das Emissoras de Rádio e Televisão
Abril	Grupo Abril
BAND	Rede Bandeirantes
BBC	British Broadcasting Corporation
CBT -	Código Brasileiro de Telecomunicações
CF -	Constituição da República Federativa do Brasil
EBC	Empresa Brasil de Comunicação
Estadão -	O Estado de S. Paulo
FHC -	Fernando Henrique Cardoso
Folha -	Folha de São Paulo
Gazeta	Gazeta Mercantil
Globo -	Grupo Globo
Manchete	Rede Manchete
ONG -	Organização não governamental
PL -	Projeto de Lei
RedeTV!	Rede TV Ômega
SBT	Sistema Brasileiro de Televisão
TIC	Tecnologias da informação e comunicação
UNESCO -	Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	12
2. <i>LEY DE MEDIOS</i> CONTRA A LEGISLAÇÃO NACIONAL.....	18
3. ANÁLISE DO POSICIONAMENTO DA MÍDIA.....	27
3.1 COMUNICAÇÃO COMO DIREITO OU COMO NEGÓCIO.....	27
3.2 CENSURA, CONTROLE OU LIBERDADE DE IMPRENSA.....	31
3.3 A REGULAÇÃO DA MÍDIA NA EFETIVAÇÃO DA DEMOCRACIA.....	36
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	48
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	51
APÊNDICE A – CATALOGAÇÃO DAS MATÉRIAS VEICULADAS	56

1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem como objetivo analisar os posicionamentos de Estadão e Folha de São Paulo¹, portais de notícias com grande número de acessos e jornais de ampla circulação, acerca da questão da regulação dos meios de comunicação, especialmente no que se refere à promulgação, no ano de 2009 na Argentina, da lei 26.522², que trata dos serviços de comunicação audiovisual e ficou conhecida como “lei de meios”.

De acordo com o seu texto, a referida lei tem como objetos a regulação do serviço de audiovisual em todo o território argentino e o desenvolvimento de mecanismos destinados à promoção, à desconcentração e ao fomento da concorrência a fim de baratear, democratizar e universalizar o aproveitamento das novas tecnologias da informação e comunicação.

No Brasil, a cobertura midiática sobre a Lei de Meios argentina se estabeleceu, em diversas ocasiões, combatendo hipotéticas lesões à liberdade de expressão ou à democracia. Assim, tem-se de um lado a lei argentina que preza pela pluralidade na criação e na divulgação de conteúdo, a proibição de oligopólios, limita o número de concessões dos grupos que atuam no setor e considera a comunicação como bem público precioso ao desenvolvimento da democracia. Do outro lado, há os veículos nacionais de comunicação estudados neste trabalho que apresentam opiniões nas quais a regulação não parece ser necessária, afirmando que não existe concentração na produção de conteúdo, que a regulação é, na realidade, uma tentativa de mascarar mecanismos de censura, ou ainda informando que o Brasil já conta com leis que regulam o setor, o que dispensaria a regulação específica.

Para selecionar as matérias a serem analisadas neste trabalho de pesquisa, foi utilizada a ferramenta de busca disponível em cada site de notícias, valendo-se de um recorte temporal de 2008, ano anterior ao da

¹ Ao iniciar a análise sobre o posicionamento do jornal O Globo, verificou-se que o acervo disponibilizado não alcança o recorte temporal definido para este trabalho (2008, 2009 e 2010), portando impossibilitou a inclusão de suas matérias na pesquisa.

² ARTICULO 1. El objeto de la presente ley es la regulación de los servicios de comunicación audiovisual en todo el ámbito territorial de la República Argentina y el desarrollo de mecanismos destinados a la promoción, desconcentración y fomento de la competencia con fines de abaratamiento, democratización y universalización del aprovechamiento de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. (ARGENTINA, 2009).

promulgação da lei de meios argentina, até 2010. Buscou-se, com isso, atentar para as discussões que antecederam e sucederam a promulgação da legislação.

O critério de seleção foi o da verificação, através de leitura e inclusão ao *corpus* de pesquisa, e tabelamento, apenas daquelas matérias que abordaram diretamente em seu texto os temas considerados centrais neste trabalho, como “censura”, “liberdade de expressão”, “democracia” e “comunicação como negócio”, porque é em torno deles que orbitam os argumentos dos meios de comunicação brasileiros sobre a questão da regulamentação. Seguindo este norte, dispensamos as matérias de opinião por abordarem o tema com viés pessoal, pautadas mais em discussões do que no discurso institucionalizado do jornal que interessa à pesquisa.

No site do Estadão, utilizou-se a palavra-chave “regulação da mídia” totalizando 325 resultados em todo o acervo online. Aplicando os filtros disponibilizados pelo próprio site para apurar a busca, optou-se, como dito, por dispensar da pesquisa a categoria “Opinião”, que aglutinava 58 (cinquenta e oito) matérias. Logo após, isolando o recorte temporal estabelecido (2008, 2009 e 2010), verificou-se um total de 76 (setenta e seis) matérias, dentre as quais foram selecionadas 14 (catorze) em razão da pertinência com os temas centrais citados acima. Em seguida, numa nova busca, agora com as palavras-chave “lei de meios” e “Argentina”, dispensando novamente a categoria “Opinião”, foram encontradas 06 (seis) matérias e selecionadas 05 (cinco) para o *corpus* de pesquisa.

Na sequência, no endereço eletrônico da Folha, foi pesquisada a palavra-chave “regulação da mídia” que resultou em 31 (trinta e uma) matérias, das quais quatro foram selecionadas. Já com as palavras-chave “Lei de Meios” e “Argentina”, o site disponibilizou um total de 14 (catorze) matérias das quais 05 (cinco) foram selecionadas.

As disputas que permeiam o discurso dos grandes meios de comunicação nacional acerca da Lei de Meios argentina passam pelo entendimento dos seus posicionamentos sobre democracia, censura, liberdade de imprensa, bem como demonstram a forma que eles defendem o interesse privado face ao interesse público. Ao analisarmos este recorte da cobertura jornalística sobre a lei de meios no país vizinho, notamos o teor do que é

servido aos leitores quando o assunto é colocado em discussão em âmbito nacional.

Apesar de previsão constitucional, elencada no Capítulo V, Da Comunicação Social, diversos artigos carecem de regulamentação e são, portanto, ineficazes, como os que versam sobre a proibição de monopólio ou oligopólio. Existe, além da inércia do Poder Legislativo, uma grande pressão dos grandes grupos de comunicação para manter o liberalismo econômico como pilar base do desenvolvimento do setor.

Neste sentido, a influência do livre comércio no setor audiovisual e a falta de regulação direcionam a gestão dos grupos de mídia para um cenário de continuado processo de concentração na produção e na distribuição de informações e entretenimento, estimulando a propriedade cruzada, isto é, estimulando o domínio de um grupo em diversos tipos de veículos de informação.

A trajetória das Organizações Globo exemplifica esse processo, no caso, a sua atuação no setor teve início através de um jornal em 1925, O Globo, e se consolidou durante a ditadura militar de 1964 a 1985, chegando ao século XXI como grupo dominante de mídia no Brasil (Lima, 2006). Seu controle ultrapassa os jornais e se expande até revistas, televisão aberta e paga, rádios, provedor de internet, produtoras de música, filmes e programas de televisão e editora. É na televisão, todavia, que sua hegemonia se torna mais evidente.

MídiaComDemocracia (2006, p.17) ressalta ainda que:

A rede Globo é a líder com 223 veículos próprios ou afiliados - quase o dobro das redes SBT e Record, em segundo e terceiro lugar, respectivamente. Além disso, a Globo detém 33,4% do total de veículos ligados às redes privadas nacionais de TV e controla o maior número de veículos em todas as modalidades: 61,5% das emissoras de TV de UHF; 40,7% dos jornais; 31,8% das TV VHF; 30,1% das emissoras de rádio AM e 28% das FM.

Já o Estadão, plataforma online de O Estado de S. Paulo, é o mais antigo jornal de São Paulo em circulação. Possui em seu domínio na internet um resumo dos fatos mais notáveis da sua história que remonta a quatro de janeiro de 1875 sua primeira edição, sob o nome original "A Província de S. Paulo", ainda durante o Império. O nome atual surge em 1890. Em 1902, o jornal que havia sido fundado por 16 pessoas, passa a ser de propriedade de Júlio Mesquita, redator desde 1885 e genro de José Alves de Cerqueira César,

um dos 16 fundadores. Sua trajetória sempre esteve misturada com a política do estado de São Paulo. Uma demonstração da influência que possuía é percebida com o convite que Getúlio Vargas faz ao genro de Júlio Mesquita, Armando de Salles, para assumir o cargo de Interventor Federal em São Paulo. Ao se reportar sobre a linha editorial, o jornal alega que “sempre manteve sua linha de apoio à democracia representativa e à economia de livre-mercado”. Porém, no ano de 1964, “‘O Estado’ apoiou o movimento militar que depôs o presidente João Goulart ao constatar que o mesmo já não tinha autoridade para governar” (Pontes, 2004). Em 1968, o jornal passa a sofrer censura pela ditadura que ajudou a colocar no poder, censura essa que só teve fim em janeiro de 1975 “com o projeto de distensão política iniciado pelo governo do general Ernesto Geisel”, já na gestão de Júlio de Mesquita Filho. Em 2000, ocorre a fusão dos sites “Agência Estado”, O Estado de S. Paulo e Jornal da Tarde, que resultou em um portal chamado Estadão, no domínio www.estadao.com.br, e, em 2003 o portal ultrapassou a “marca de um milhão de visitantes mensais, consolidando sua posição de liderança em consultas a veículos de jornalismo em tempo real no Brasil”. O Jornal permanece sob o domínio da família Mesquita.

A história da Folha de São Paulo começa no ano de 1921, com a criação do jornal “Folha da Noite”, de propriedade dos sócios Olival Costa e Pedro Cunha, com o intuito de atender ao “leitorado urbano da classe média” (Folha, 2016). Sua trajetória também está relacionada com o cenário político no país. Em 1930, as “Folhas”, da Noite e da Manhã, empreendem cobertura jornalística contrária a Getúlio Vargas. Em “Outubro do mesmo ano a sede da Folha é invadida e destruída por partidários do político: móveis e papéis viram fogueira na rua”. Em 1931, é comprada pelo comerciante e fazendeiro Octaviano Alves de Lima que a revende no final da década de 40 para os seguintes sócios: o fazendeiro Alcides Ribeiro Meirelles, o advogado José Nabantino Ramos e Clóvis Queiroga. No ano de 1962, a já unificada, desde 1960, Folha de S. Paulo é vendida a Octavio Frias e Carlos Caldeira Filho. Permanece até os dias atuais sob o domínio da família Frias. Na seção destinada a contar a história do jornal (Folha, 2016), a Folha admite que apoiou o golpe militar de 1964, mas informa que manteve distância do regime militar. Faz-se necessária a abertura de um parêntesis na história, para a inclusão de informação trazida pela Carta

Capital (2014) sobre a proximidade do jornal com o Estado Ditatorial-Militar. Segundo relatório da Comissão da Verdade, o apoio ao golpe não foi apenas financeiro e ideológico, mas também material.

O relatório final da Comissão Nacional da Verdade chancela a versão de que o Grupo Folha, dono do jornal *Folha de S. Paulo*, deu não apenas apoio financeiro e ideológico ao golpe de 1964, mas apoio material à repressão contra os opositores da ditadura, com o fornecimento de veículos para a Operação Bandeirante, a Oban, um centro de investigações do Exército que combatia as organizações de esquerda [...], ou seja, no uso de caminhonetes da *Folha* para o cerco e a captura de opositores do regime (Carta Capital, 2014).

Em 1976, voltam os editoriais que estavam suspensos, desde 1972, pelos censores da ditadura e em 1982 “o Conselho Editorial estabelece diretrizes do que viria a ser o Projeto Folha, defendendo o aperfeiçoamento técnico e o apartidarismo” (Folha, 2016). Quando

Otávio Frias Filho assume a Direção de Redação e implanta o Projeto Folha, que defende o jornalismo crítico, pluralista, apartidário e moderno. Em 1985, a Folha passa a disputar a liderança nacional com “O Globo” e, a partir de 1986, se consolida como o jornal de prestígio mais vendido do Brasil (Folha, 2016).

A entrada da Folha de São Paulo para internet ocorre no ano de 1995, sob o nome de “FolhaWeb”. Em 1996, cria-se o portal de notícias UOL, lança-se, em parceria com o Grupo Globo, o “Valor Econômico” e se inaugura o que viria a ser o “maior parque gráfico da América Latina”.

A Folha, de acordo com ela mesma, participa ativamente na divulgação de escândalos políticos:

em 1997, na gestão FHC, o jornal mostra a tentativa de compra de votos para a reeleição. Em 2005, no governo Lula, publica entrevista na qual Roberto Jefferson revela o mensalão (Folha, 2016).

Através de seu portal na internet promove o “primeiro debate eleitoral pela internet”, que foi visualizado por “1,4 milhão de pessoas”. Em 2015, a Folha fecha o ano com “média mensal de 20 milhões de leitores” (Folha, 2016).

Para fins de organização quanto à avaliação do discurso institucionalizado dos meios de comunicação estudados neste trabalho, as matérias foram separadas em três categorias. “Censura e Liberdade de

imprensa”, “Democracia – Direitos e Garantias” e “Comércio ou Negócio”. Cada uma destas categorias fornece uma lente para avaliação do teor do discurso e da forma como os meios participam da democracia e delimitam seus limites.

Ao abordar o tema Democracia, por exemplo, as matérias não trazem no seu texto os dispositivos legais que amparam a promulgação da Lei de Meios argentina. Em vez disso, lançam mão de argumentos que conduzem o leitor a confundir “democratização dos meios de comunicação” com “censura”. Esquecem-se de mencionar a função da comunicação na construção e na manutenção da democracia e indicam a lógica do mercado como baliza do setor.

Para a estruturação deste trabalho, optou-se pela divisão em dois capítulos.

O primeiro capítulo, chamado “Ley de Medios contra a legislação nacional”, traz uma visão geral sobre a Ley de Medios argentina, explicando parte do processo de construção da Lei 26.522 de 2009, e faz um paralelo com a legislação brasileira acerca dos meios de comunicação. Nesse paralelo, busca-se demonstrar as semelhanças quanto às dificuldades de se aprovar a regulação democrática dos meios de comunicação, ou qualquer lei que toque o tema, no caso do Brasil, mas também explicitar as lacunas existentes no arcabouço jurídico pátrio acerca do tema, e, portanto, suscitar a urgência de um marco regulatório único e completo para o setor de comunicação nacional.

A análise a que se propõe o presente estudo ocorre, mais decisivamente, no segundo capítulo, intitulado “Análise do posicionamento da mídia”, e se subdivide em três pontos. O primeiro é o da “Comunicação como direito ou como negócio”, no qual se estabelece, através do teor do discurso dos veículos de mídia escolhidos, a forma mercadológica que se impõe sobre o setor da comunicação, ocultando o caráter público da comunicação como ferramenta de desenvolvimento nacional e realização democrática.

Em “Censura, controle ou liberdade de imprensa”, segundo ponto, é explicado o jogo de tensão servido para os leitores sempre que se aborda a regulação dos meios de comunicação, resumindo o tema em “censura de Estado” ou “controle de conteúdo”, quando o que se busca com a regulação no sentido democrático é uma maior pluralidade de vozes, o que significa provocar um fortalecimento da liberdade de expressão e de imprensa e a fuga da

censura velada imposta pela busca de aprovação do público através de altos índices de audiência, acessos ao site e grandes tiragens de jornais.

Por fim, em “A regulação da mídia na efetivação da democracia”, último ponto, busca-se compreender como os meios de comunicação estudados definem democracia; e relacionar esse entendimento com aquele trazido na bibliografia consultada, lançando questões que se cruzam no estabelecimento do que é público. Isto, demonstrando a importância da publicização das demandas democráticas, afastando o domínio privado no qual o Estado deve apenas manter as condições para que a oligarquia dominante dite as regras com as quais é disputado o jogo democrático.

2. LEY DE MEDIOS CONTRA A LEGISLAÇÃO NACIONAL

O modelo de país se comunica com o modelo pelo qual é gerida a comunicação social. No tempo da ditadura militar, tanto na Argentina quanto no Brasil, era primordial que a comunicação estivesse centrada nas mãos de poucos amigos do regime. Com a redemocratização e o aprofundamento do neoliberalismo, os meios ficaram sujeitos às regras e às deformações do mercado que culminou com a aceleração do processo de concentração e o aumento da influência de um grupo de mídia em variados canais de comunicação, a exemplo da propriedade cruzada entre TV aberta, jornais, TV por assinatura etc.

Na Argentina, o caminho trilhado para adequar o cenário de concentração trazido pelas leis de mercado foi o da regulação através de lei. O processo de construção desta lei remonta ao período pós-ditadura em 1983. Algumas tentativas sem sucesso moldaram o cenário político e social para que a iniciativa ganhasse apoio necessário para sua aprovação em 2009. A mudança de atitude foi a de ir além das reclamações e dar início ao projeto conjunto de construção, com a maior amplitude possível, articulando força social e política para a aprovação da nova lei, pela qual alguns agentes batalhavam há vinte anos (Busso & Jaimes, 2011). De 1983 a 2009, surgiram 73 propostas legislativas de regulação dos meios de comunicação na Argentina.

Com o insucesso da proposta de regulação enviada ao senado pelo então presidente argentino De La Rúa, em 2001, surgiu, nas associações vinculadas ao tema, a força necessária para se unirem na luta para a construção de consenso para aprovação de uma lei que abarcasse as necessidades não só da nova sociedade da informação que surgia com a revolução tecnológica da virada do milênio, mas também do povo mesmo, algo que fosse construído pelo povo e para o povo. Ao reconhecer o direito à comunicação e o direito à informação como direitos humanos, deve-se fornecer meios para sua efetivação legal, portanto, quando a legislação não efetiva esses direitos, depreende-se que a legislação é insuficiente para organizar democraticamente a sociedade.

No Brasil pós-redemocratização, o tema da regulação dos meios de comunicação aparece de tempos em tempos na agenda pública, mas sempre que surge, é sufocado rapidamente pelo *lobby* das empresas através de seus representantes no Congresso Nacional. Nos governos de Sarney, Collor e Itamar – aqueles que inauguraram o nosso “processo de redemocratização”³ - não houve grandes movimentos no sentido de estabelecer os controles previstos na Constituição Federal de 1988, tampouco no sentido de unir a legislação infraconstitucional que abarca o tema em um único diploma legal.

O panorama legislativo atual no que concerne à comunicação social no Brasil é o da fragmentação e insuficiência. A norma trata em separado a telecomunicação e a radiodifusão, conforme entendimento da Emenda Constitucional nº 8 de 1995⁴. Esta separação em si não contribui quanto à compreensão do que se busca regular. A própria definição das palavras indica que a radiodifusão está contida no conceito de telecomunicação. Segundo o dicionário Priberam de língua portuguesa, radiodifusão é a transmissão dos sons por meio de ondas eletromagnéticas e a telecomunicação é compreendida pelo conjunto dos meios de comunicação à distância, ou, ainda, pelo serviço que agrupa todas as transmissões e todos os processos de localização eletrônicos.

De agosto de 1962 data o Código Brasileiro de Telecomunicações (CBT - Lei nº 4.117 de 1962) que hoje engloba telefonia, TV por assinatura e internet

³ Como se sabe, o Presidente José Sarney não foi eleito pelo voto popular. Constava como vice na chapa indiretamente eleita de Tancredo Neves, quem faleceu antes de assumir o cargo de Presidente da República. Fernando Collor foi o primeiro presidente eleito pelo voto popular depois do processo de redemocratização, nos idos dos anos 80. Não concluiu o seu mandato, contudo. Sofreu um processo de impeachment em 1992 e sua vaga foi ocupada pelo seu vice, Itamar Franco.

⁴ Emenda Constitucional nº 8 de 1995

Art.1º O inciso XI e a alínea "a" do inciso XII do art. 21 da Constituição Federal passam a vigorar com a seguinte redação:

Art. 21. Compete à União:

XI - explorar, diretamente ou mediante autorização, concessão ou permissão, os serviços de telecomunicações, nos termos da lei, que disporá sobre a organização dos serviços, a criação de um órgão regulador e outros aspectos institucionais;

XII - ...

a) explorar, diretamente ou mediante autorização, concessão ou permissão: a) os serviços de radiodifusão sonora e de sons e imagens;

Art. 2º É vedada a adoção de medida provisória para regulamentar o disposto no inciso XI do art. 21 com a redação dada por esta emenda constitucional.

banda larga, e desde sua publicação passou por várias alterações, sendo a mais recente aquela acerca dos prazos de renovação das concessões e permissões do serviço de radiodifusão, pela Lei nº 13.424 de 2017. Já o Decreto⁵ que aprova o regulamento dos serviços de Radiodifusão, abarcando rádios e TV aberta, data de outubro de 1963 e possui em seu texto menção à observância do disposto no CBT (Lei nº 4.117 de 1962), à Lei 8.666 de 1993 e ao Decreto 52.026 de 1963. Além destas duas leis e de suas várias modificações, tem-se o Novo Marco Regulatório Para TV por Assinatura, a Lei 12.485 de 2011, e na Constituição Federal de 1988 há normas e princípios que norteiam a comunicação social.

Como na Argentina, houve, aqui no Brasil, algumas tentativas de preencher as lacunas deixadas na Constituição, como as dezessete propostas para regular o disposto no artigo 221º da Constituição Federal de 1988 que versa sobre regionalização de conteúdo, sendo a mais recente delas de iniciativa da deputada Jandira Feghali com o PL (Projeto de Lei) 256 de 1991, que passou por vinte e dois anos de movimentação, até 22 de fevereiro de 2013, e atualmente aguarda apreciação pelo Senado Federal há quatro anos. O PL em questão propõe a regulamentação do disposto no inciso III do artigo 221º da Constituição Federal, referente à regionalização da programação artística, cultural e jornalística das emissoras de rádio e TV e dá outras providências. No entanto, 98% de toda produção de TV no país é feita no eixo Rio-São Paulo, pelas próprias emissoras de radiodifusão, e não por produtoras independentes (Ekman & Barbosa 2014).

Além das investidas no sentido de dar efetividade ao disposto na Carta Magna de 1988, houve três tentativas de regulação em âmbito nacional, conforme explicita Cristiano Aguiar Lopes em estudo desenvolvido para a Câmara dos Deputados como consultoria legislativa em 2005. A primeira grande investida foi no primeiro governo do Presidente Fernando Henrique Cardoso, em 1995, quando o então Ministro das Comunicações Sérgio Motta defendeu a ideia de criar um marco regulatório único, tanto para telecomunicações quanto para radiodifusão, uma Lei Geral da Comunicação, revogando o Código Brasileiro de Telecomunicações. Não houve sucesso

⁵ Decreto nº 52.795, de 31 de outubro de 1963 - Regulamento dos Serviços de Radiodifusão.

quanto à unificação, mas havia naquele momento um interesse em privatizar o sistema Telebrás. O resultado foi uma Lei Geral de Telecomunicações que modificou as bases legais quanto a telefonia, televisão por assinatura e internet banda larga (Lei 9.472 de 1997), mas que manteve o setor de radiodifusão praticamente intacto (rádio e TV aberta).

A segunda tentativa ocorreu no segundo governo de FHC, em 2001, com a elaboração do texto que seria a “Lei Geral de Comunicação Eletrônica em Massa”, na gestão de Pimenta da Veiga no Ministério das Comunicações, com o intuito de unificar a comunicação social em um só marco regulatório. O projeto foi colocado à consulta pública, mas novamente o lobby fez com que fosse engavetado. No primeiro governo do Presidente Luiz Inácio Lula da Silva, o Ministério das Comunicações publicou o documento “Balanço de atividades – 2004” (Aguiar, 2005) trazendo como meta, para 2005, a criação de nova legislação para os serviços de comunicação em massa, que seria a terceira tentativa. Durante os dois governos do Presidente Lula, o assunto da regulação estava na agenda política, contou com enorme resistência dos grandes meios de comunicação, mas não houve proposta legislativa nesse sentido.

Durante o primeiro governo da presidenta Dilma Rousseff, não houve avanço quanto à regulação. Apenas durante sua campanha para reeleição, o tema voltou e se transformou em uma promessa. Com seu segundo mandato interrompido pelo Senado, em razão da acusação de crime de responsabilidade na gestão orçamentária, através de um processo que Jessé de Souza (2016) compreende como um “golpe midiático-jurídico”, a promessa de campanha não se cumpriu.

Na Argentina, a Lei de Serviços de Comunicação Audiovisual n° 26.522 de 2009, conhecida por *Ley de Medios* na língua espanhola, ou Lei de Meios, é o instrumento legal através do qual os legisladores realizaram a regulação do setor de comunicação. A publicação da lei argentina em 2009, no primeiro governo de Cristina Kirchner, quando a situação possuía maioria no Congresso, é fruto de um longo debate e enfrentamento no qual foram protagonistas a sociedade civil organizada em associações de bairro, sindicatos, organizações de direitos humanos e políticas, seguindo uma tendência mundial de adequação dos ordenamentos jurídicos às exigências e

dinâmicas da sociedade da informação, conforme destacam Néstor Busso & Diego Jaimes (2011).

O art. 2^{6º} da lei argentina n. 26.522 de 2009 prevê a divisão do espectro de radiodifusão argentino em três partes, sendo uma reservada para o setor comercial, outra para o público e a última parte para as organizações não governamentais sem fins lucrativos. A lei estabelece limites à propriedade das emissoras de rádio e TV, proíbe a propriedade cruzada entre canais de TV aberta e por assinatura e institui cotas mínimas de programação nacional. Em seu art. 3º alínea i, reconhece a participação dos meios de comunicação como formadores de atores sociais e de diferentes meios de compreensão da vida e do mundo, com pluralidade de pontos de vista e debate pleno de ideias. Os conceitos que abarcam o tema, portanto necessários para compreensão da lei 26.522 de 2009, estão localizados no artigo 4º⁷. Destaca-se o conceito abrangente de comunicação audiovisual (tradução livre):

É a atividade cultural cuja responsabilidade editorial corresponde a um prestador de um serviço de comunicação audiovisual, ou produtor de sinais ou conteúdos cuja finalidade é fornecer programas ou conteúdos, com base em um horário de programação, com o objetivo de informar, entreter ou educar o público em geral através de redes de comunicação eletrônicas. Compreende a radiodifusão de televisiva, para receptores fixos, receptores móveis, bem como serviços de radiodifusão sonora, independentemente do suporte utilizado, ou por serviço via satélite; com ou sem subscrição em qualquer dos casos.

⁶ **ARTICULO 2º** — *Carácter y alcances de la definición. La actividad realizada por los servicios de comunicación audiovisual se considera una actividad de interés público, de carácter fundamental para el desarrollo sociocultural de la población por el que se exterioriza el derecho humano inalienable de expresar, recibir, difundir e investigar informaciones, ideas y opiniones. La explotación de los servicios de comunicación audiovisual podrá ser efectuada por prestadores de gestión estatal, de gestión privada con fines de lucro y de gestión privada sin fines de lucro, los que deberán tener capacidad de operar y tener acceso equitativo a todas las plataformas de transmisión disponibles.*

⁷ **ARTICULO 4º** — *Definiciones. A los efectos de la presente ley se considera:*
Comunicación audiovisual: La actividad cultural cuya responsabilidad editorial corresponde a un prestador de un servicio de comunicación audiovisual, o productor de señales o contenidos cuya finalidad es proporcionar programas o contenidos, sobre la base de un horario de programación, con el objeto de informar, entretener o educar al público en general a través de redes de comunicación electrónicas. Comprende la radiodifusión televisiva, hacia receptores fijos, hacia receptores móviles así, como también servicios de radiodifusión sonora, independientemente del soporte utilizado, o por servicio satelital; con o sin suscripción en cualquiera de los casos.

Enxergando a velocidade com a qual os avanços tecnológicos substituem as estruturas e as formas pelas quais a informação circula na sociedade da informação, a Lei de Meios adotou um caráter abrangente quantos aos sujeitos que são objeto de regulação, levando mais em consideração se a informação veiculada tem capacidade de moldar opiniões do que propriamente o meio pelo qual é difundida, por exemplo, jornal, rádio, televisão ou internet.

A regulação trazida pela lei argentina tem o objetivo de democratizar e descentralizar a produção do conteúdo exibido em todo o território argentino, classificando a comunicação nacional como direito, como instrumento de desenvolvimento intelectual e de alfabetização tecnológica. Como seu art. 2º indica, as atividades exercidas pelos serviços de comunicação em geral são consideradas de interesse público e de caráter fundamental para o desenvolvimento sociocultural da população, como direito humano inalienável de se expressar e receber informações.

Ao tratar o setor de comunicação audiovisual como de interesse público, a *Ley de Medios* se harmoniza com a Constituição argentina, que em seu artigo 75, inciso 19, preceitua que é dever do Congresso promover o desenvolvimento humano, o progresso econômico com justiça social, a produção nacional, a formação dos trabalhadores, o desenvolvimento científico e tecnológico, sua difusão e aproveitamento. Além disso, deve promover o crescimento harmônico da nação através de políticas diferenciadas que tendam a equilibrar o desigual desenvolvimento de cidades e regiões.

Em paralelo, a análise da Constituição da República Federativa do Brasil de 1988 acerca da comunicação social aponta que o legislador constitucional, sob a influência do processo de redemocratização, garantiu efetivamente a liberdade de expressão e de imprensa, plasmadas no art. 5º, inciso IV⁸, e no art. 220⁹. Apesar de servirem de base sólida para a construção de uma

⁸ Art. 5º, inciso IV da CF. é livre a manifestação do pensamento, sendo vedado o anonimato.

⁹ Art. 220 da CF. A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição.

sociedade livre e justa, as garantias não tem sido suficientes para o desenvolvimento democrático do setor de comunicação social.

Nesse contexto, ao se posicionar sobre o tema da liberdade de expressão no Brasil, a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) considera a liberdade de imprensa e de informação como fundamento crucial à democracia, ao desenvolvimento e ao diálogo, condições prévias para a proteção e a promoção de todos os direitos humanos. Apesar de enxergar a adequação da legislação brasileira no tocante à proteção destes direitos que servem de base ao desenvolvimento pleno da democracia, a UNESCO (2017) destaca que existe uma lacuna na legislação quanto à regulação do setor, observando também que a nossa Constituição de 1988 conta com legislação infraconstitucional datada de 1962, que não acompanha os novos desafios sociais e políticos trazidos pela revolução tecnológica recente no setor de comunicação e informação. O Brasil precisa, portanto, ir além quanto à diversificação das fontes que produzem e distribuem informações, rompendo a hegemonia do discurso dos “cabeças-de-rede”¹⁰, criando novos e fortalecendo os já existentes canais de comunicação governamentais e comunitários.

Segundo Assange (2013), o cenário da mídia brasileira é de concentração, havendo apenas seis famílias no controle de 70% da imprensa local. Levando em consideração este cenário de concentração atual, só o rompimento da lógica neoliberal aplicada ao setor de comunicação poderá, através de imposições legais (regulação), readequar o cenário para acabar com o oligopólio.

Ademais, além da concentração em oligopólio, da parca legislação existente e de seu atraso, constata-se que essa legislação se configura em letra morta, como no caso da vedação à transferência direta ou indireta da concessão ou permissão sem prévia autorização do Governo Federal, prevista no art. 12 do Decreto-Lei n.236/67, que é simplesmente ignorada pelas sucessões e heranças. Outro exemplo observado é o desrespeito ao artigo 54 da Carta Magna que disciplina sobre a proibição de senadores e deputados de firmarem contrato com empresa concessionária de serviço público ou ser

¹⁰ Termo adotado por Marinoni (2015, p. 6).

proprietários, controladores ou diretores que gozem de favor decorrente de contrato com pessoa jurídica de direito público. A família Sarney, os senadores Fernando Collor, Agripino Maia e Edson Lobão Filho, entre tantos outros parlamentares, controlam inúmeros canais em seus estados (Ekman & Barbosa 2014).

Sendo assim, observa-se a distância entre o que está posto na Constituição Brasileira de 1988, nas leis infraconstitucionais, e a realidade. Nesse contexto, compreender o que ocorre em território argentino, como em grande parte dos países do Norte, incluindo os Estados Unidos e a França, acompanhar os debates e soluções, possibilita a reflexão e o entendimento sobre essas questões em âmbito nacional.

O maior benefício do processo de construção da lei, do debate acerca da realização plena da democracia, do respeito aos direitos humanos e às liberdades individuais em toda a sociedade foi o de trazer à tona e colocar no cotidiano da população argentina o papel ativo que se faz necessário por parte do povo organizado, nos sentidos de compreender a influência que o setor de comunicação imprime na vida das pessoas e de decidir de que forma o potencial da comunicação social pode ser usado como agente transformador da economia, produzindo riqueza e fazendo circular informações, mais especialmente, das possibilidades que se abrem em termos de desenvolvimento nacional quando o Estado se propõe a regular o setor, democratizando-o, estimulando verdadeiramente a concorrência e a descentralização na produção e na distribuição do conteúdo midiático.

Travar este diálogo com a experiência do país vizinho não garante o caminho para a regulação no Brasil, mas permite acrescentar dados e fomentar o debate que poderá servir à construção desta conquista social.

3. ANÁLISE DO POSICIONAMENTO DA MÍDIA

Para fins didáticos, a análise das matérias, que são objeto de estudo deste trabalho de pesquisa, foi separada em três partes: Comunicação como direito ou como negócio; Censura, controle ou liberdade de imprensa; e A regulação da mídia na efetivação da democracia. Neste sentido, em cada uma delas, busca-se relacionar o discurso da mídia com o quadro legislativo brasileiro atual, comparando-o com o quadro argentino, quando necessário, e fazendo ligações com a bibliografia consultada.

3.1. COMUNICAÇÃO COMO DIREITO OU COMO NEGÓCIO

A comunicação ocupa um lugar central na vida dos povos e se tem vivido nos últimos anos um processo de forte concentração, de uma comunicação sequestrada pelos grupos de poder econômico, que nas décadas de 70, 80 e 90 se apropriaram do espaço público de comunicação, fazendo do direito à comunicação um negócio controlado por interesses proprietários. Isto sob a influência do “sistema neoliberal de ‘livre mercado’, que canaliza os recursos aos ricos e investidores estrangeiros” (Chomsky, 1999).

É certo que a iniciativa privada, representada aqui pelos meios de comunicação comerciais, tem papel fundamental no desenvolvimento de novas tecnologias, na produção de riqueza e contribui para o pluralismo. Porém, a crescente concentração dos meios, com a integração de multinacionais multimídia e estruturas de propriedade transnacionais, converte-se em ameaça para o pluralismo, conforme destaca o Parlamento Europeu (2004) em resolução sobre os riscos de violação das liberdades fundamentais na União Europeia e nomeadamente na Itália, em matéria de liberdade de expressão e de informação.

Como solução para a oportuna integração entre público e privado, a Lei de Meios argentina (Ley 26.522 de 2009) prevê em seu artigo segundo a divisão do espectro de radiodifusão entre o setor privado comercial, o setor público e privado sem fins lucrativos (ONGs – Organização não governamental) de sorte que os três setores tenham acesso equitativo a todas as plataformas de transmissão disponíveis.

A maneira como o Estadão noticiou indica que os motivos que levaram a então presidente Cristina Kirchner a colocar em votação o projeto de lei se resumem a uma “queda de braço” entre o governo e o maior grupo de mídia argentino, o Grupo Clarín. Em matéria com título “Cristina Kirchner aperta cerco e tenta atingir finanças do Grupo Clarín”, o Estadão (2010) vaticina que a lei draconiana é a principal ferramenta do governo para inviabilizar o Grupo Clarín como negócio.

Quebra de braço. Maior holding do jornalismo argentino paga caro por adotar uma posição crítica ao governo do país, que aprovou no Congresso uma draconiana Lei de Mídia que rebaixou o preço de suas ações e pode acabar inviabilizando os negócios da empresa (Estadão, 2010).

A polarização entre os Kirchners e o Clarín surge em “Senado argentino aprova lei de comunicações”, onde o Estadão (2009) publica a fala da oposição:

O problema não é a lei, mas as armações feitas aqui. Quando o governo estava de bem com o grupo Clarín permitiu o crescimento da empresa. Mas agora, mudou (Estadão, 2009).

e continua em “Kirchners querem impor sua melodia à imprensa”, matéria de Estadão (2009):

A oposição retruca e afirma que a nova lei implica nas maiores “restrições” à liberdade de imprensa aplicadas à mídia argentina desde o fim da Ditadura. Além disso, alega que a nova lei favorecerá o surgimento “novos monopólios”, cujos donos seriam amigos empresários do casal Kirchner (Estadão, 2009).

Na linha do embate, segue a cobertura dada pelo Estadão no recorte temporal estabelecido para este trabalho (2008, 2009 e 2010). Ao trazer a informação sobre a divisão do espectro de radiodifusão entre os setores público, privado e privado sem fins lucrativos, o tom permanece o mesmo. Os sindicatos perdem magicamente sua função de representação de uma classe de trabalhadores e ganham ares de curral eleitoral, as organizações sociais passam a não representar mais a sociedade organizada e são tidas como satélites que orbitam o casal Kirchner. Nem a associação das Mães da Praça de Maio escapa ao crivo do jornal. Na matéria “Os Kirchners e a imprensa: a urticária permanente”, o Estadão (2009) discorre sobre o então projeto de lei:

O projeto também favorece os sindicatos, majoritariamente vinculados ao governo. As organizações sociais (parte das quais também estão na órbita dos Kirchners, como o caso das Mães da Praça de Maio) também poderão estar presentes na mídia.

As universidades públicas possuem lugar garantido na nova divisão do mapa da mídia. No entanto, as privadas dependerão da aprovação de um comitê (Estadão 2009).

Resta patente, das leituras das matérias selecionadas, que o jornal Estadão opta por trazer como pedra de toque no debate sobre a regulação dos meios argentinos a unânime livre iniciativa. Ao lançar mão do argumento mercadológico, aparentemente aceito pela maioria dos seus leitores, o Estadão oculta os detalhes técnicos da norma em questão, passa por cima do espaço trazido, pela lei, para a população organizada em sindicatos, ONGs e universidades públicas, como se o espaço fosse destinado meramente aos simpatizantes do governo Kirchner.

O editorial de o Estadão oculta mostrando, como disciplina Bourdieu sobre a televisão,

mostrando uma coisa diferente do que seria preciso mostrar caso se fizesse o que supostamente se faz, isto é, informar; ou ainda mostrando o que é preciso mostrar, mas de tal maneira que não é mostrado ou se torna insignificante, ou construindo-o de tal maneira que adquire um sentido que não corresponde absolutamente à realidade (Bourdieu, 1997, p.24).

Ainda na matéria “Os Kirchners e a imprensa: a urticária permanente – Estadão (2009)”, há menção sobre posicionamentos de analistas que afirmam que a lei trará mais “pluralidade”. No entanto, conclui-se que a pluralidade traz “maior fragmentação” para as empresas de mídia, posto que elas passam a sofrer limitação geográfica. A limitação geográfica a qual se referem os analistas é a mesma que preza pela produção e distribuição regional de conteúdo. A mesma coisa dita de formas diferentes. De um lado pela ótica do empresário que quer seguir a regra do crescimento ilimitado, do outro pela ótica do desenvolvimento cultural da população, respeitando suas variadas características segundo os costumes locais.

É válido destacar também, acerca dos meios de comunicação regionais e locais, que além de veicular as notícias nacionais e mundiais, eles possuem um compromisso maior com a divulgação do que acontece nos limites da

região. Desta forma, conseguem dar visibilidade aos problemas e soluções que interessam para melhoria do cotidiano das pessoas.

Enquanto os pequenos meios independentes têm liberdade para noticiar os eventos locais, os grandes conglomerados de comunicação têm capital investido a partir de diversas áreas da economia, como do setor agropecuário ou de finanças. Portanto, dificilmente têm capacidade de informar de maneira independente ou até de simplesmente veicular informações que possam prejudicar os interesses dos seus sócios e acionistas.

Por fim, o discurso posiciona a comunicação não como um direito, mas como um negócio, afirmando que o liberalismo econômico deve ser o norteador do setor, respeitando o livre comércio, e que as restrições a monopólio e oligopólio são, na realidade, ações do governo para favorecer empresários simpatizantes a sua sigla política. No caso do Estadão, temos ainda o exemplo de “empresários K”, apelido dado aos empresários que viriam a comprar os ativos que extrapolassem os limites estabelecidos na lei 26.522 de 2009, como explicitado em “Kirchners e Clarín: de íntimos aliados a mortais inimigos (e um rocambolesco exame de DNA)”

EMPRESÁRIOS AMIGOS DO GOVERNO, OS FAVORECIDOS COM NOVA LEI DE MÍDIA – Analistas e líderes da oposição afirmam que a lei de mídia, se for totalmente implementada, provocará uma onda sem precedentes de vendas de meios de comunicação e abrirá caminho para que grupos empresariais alinhados com a presidente Cristina e o ex-presidente Néstor Kirchner – os denominados “empresários K” – possam comprar canais de TV e estações de rádio (Estadão, 2010).

No caso da Folha em “Lei de comunicações na Argentina integra ‘ofensiva sem limite’, diz jornal” traz a informação dada por analista segundo a qual o casal Kirchner não teria apoio popular adequado e estariam tentando forçar uma demanda que não teve apoio das urnas.

A nova lei pode, segundo o analista, servir de instrumento de Néstor e Cristina Kirchner para tentar reviver um projeto político que já sofreu um revés eleitoral e que carece, segundo todas as pesquisas, de apoio popular adequado (Folha, 2009).

A matéria acima confunde o apoio popular com o resultado das eleições para o legislativo, no qual o governo de Cristina Kirchner perdeu maioria no congresso, em um tento de descaracterizar o caráter republicano da Lei de

Meios argentina. Já em outra matéria, intitulada “Senado argentino aprova lei de comunicações; veja repercussão” a Folha traz opinião da Senadora Sonia Escudero, do Partido Justicialista, que relembra o fato de estar em vigor a renovação legal de concessões de rádio e televisão na argentina. Por esse motivo, o da renovação recente, a redução dos ativos prevista na *Ley de Medios*, seria inconstitucional e causaria insegurança jurídica, afastando os investimentos privados do setor de comunicação.

Por isso, este artigo das vendas das empresas da nova lei não poderá ser aplicado porque é inconstitucional [...] Por que nossos vizinhos Brasil e Uruguai recebem investimentos e nós não? Porque eles têm regras claras e aqui estamos permitindo a insegurança jurídica. Devemos respeitar os direitos adquiridos (Folha, 2009).

A complementariedade de que trata o artigo segundo da Lei 26.522 de 2009, a Lei de Meios argentina, também é prevista na Constituição Federal de 1988 em seu artigo de nº 223 onde disciplina que

competete ao Poder Executivo outorgar e renovar concessão, permissão e autorização para o serviço de radiodifusão sonora e de sons e imagens, observado o princípio da complementariedade dos sistemas privado, público e estatal (Brasil, 1988).

Levando-se em consideração o preceituado na Lei Maior, bastaria a aplicação do disposto no artigo de nº 223 para a compreensão da complementariedade. Porém, a realidade comercial do sistema de comunicação nacional é mais um indicativo da necessidade de se realizar um debate amplo no qual a comunicação possa ser realocada para a esfera dos direitos humanos e não continue a ser tratada apenas pela ótica do mercado.

3.2. CENSURA, CONTROLE OU LIBERDADE DE IMPRENSA

Sobre a criação e a aprovação da Lei de Meios da Argentina, verificou-se que algumas linhas editoriais advogam teses segundo as quais a democratização do setor se confunde com cerceamento à liberdade de expressão. Para exemplificar, traz-se matéria do Globo situada além do recorte temporal, que mesmo não fazendo parte do objeto de pesquisa, Folha e Estadão, lança luz sobre o tema. O Globo (2013), ao discorrer sobre regulação da mídia no Brasil afirma que "o próprio mantra da 'democratização da mídia'

não tem qualquer sustentação na realidade. Pois não há falta de pluralidade nos meios de comunicação". Ou que "o setor não carece de regulação, posto que se sujeita a várias normas, como o Estatuto da Criança e do Adolescente, Lei da Classificação Indicativa e a ANATEL", concluindo de forma apressada que "resta provado que os melhores agentes do 'controle social da mídia' são o leitor, o ouvinte, a autorregulamentação e o controle remoto. É assim que funciona nas democracias, ainda mais em mercados competitivos como o brasileiro".

É importante ressaltar que a matéria descrita esclarece a influência e o posicionamento de alguns grupos midiáticos sobre a problemática da regulação, defendendo seus interesses e produzindo consenso favorável. Sendo assim, o discurso destes grandes grupos de mídia brasileiros, face ao quadro geral de concentração, é pautado pelo silêncio ou pela negação, mudando o foco do debate, na tentativa de manipular conceitos de democracia, regulamentação e censura, afastando o interesse social sobre o tema para manter o setor submetido apenas às regras e deformações do mercado, o que beneficia seus interesses.

Recriam no leitor fantasmas como “censura de Estado” e “intervenção estatal”. A Lei de Meios assume o papel de plano governamental para eliminar o pensamento crítico e a crítica jornalística, no intuito de neutralizar, silenciar e por coleira nos jornalistas quando não há em seu texto menção à avaliação prévia de matérias ou pautas jornalísticas. A matéria de Folha de São Paulo (2009) “Diretor da Receita Federal argentina demite supostos responsáveis por blitz no ‘Clarín’” publica parte do documento divulgado no Encontro pela Liberdade de Expressão.

Consideramos que os princípios constitucionais e internacionais de reconhecimento e garantia da liberdade de expressão, e a proibição da censura prévia, são ameaçados a partir de disposições que concedem aos governantes amplos critérios de discricionariedade (Folha de São Paulo, 2009).

Na sequência da cobertura, Folha de São Paulo (2009) transmite parecer de Eduardo Van Der Kooy, analista político do Jornal argentino Clarín, que se refere à aprovação pelo Senado da Ley de Medios 26.522 de 2009 como "outro passo dos Kirchner em uma ofensiva que não tem limites" em

matéria intitulada “Lei de comunicações na Argentina integra ‘ofensiva sem limite’, diz jornal”.

Em “Kirchnerismo explícito”, Estadão (2009) dispara “Tudo isso faz parte de um plano do governo para eliminar o pensamento crítico e a crítica jornalística” ao cobrir protesto de caminhoneiros de seis sindicatos distintos nas sedes do Clarín e do La Nación. Em seguida, relaciona o protesto à estratégia do governo Kirchner de “limitar o exercício da liberdade de imprensa”, e adiciona nota da Associação das Entidades Jornalísticas Argentinas (Adepa) que afirma ser necessário contextualizar a ação dos caminhoneiros “no clima de agressão e hostilidade com relação à imprensa que vem sendo registrado na Argentina” e conclui a nota retirando os diários e os leitores da discussão sobre a regulação afirmando que “os diários e os leitores voltaram a ser transformados em reféns de um conflito que não lhes diz respeito”. Por fim, o Estadão traz trecho de reportagem publicada pelo La Nación em artigo de Gregorio Badeni que trata do ocorrido como desenvolvimento do germe do autoritarismo:

quando se desenvolve o germe do autoritarismo, a primeira liberdade a ser desrespeitada é a liberdade de imprensa, porque sua destruição permite manter a sociedade na ignorância e atentar, sem sanção alguma, contra seus direitos e garantias sob o amparo do silêncio (Estadão, 2009).

O jornal Folha de São Paulo publica matéria chamada “Governo argentino reage a crítica da SIP” onde expressa que representante do governo argentino

aproveitou um evento do Palácio do Planalto para rebater o manifesto da SIP (Sociedade Interamericana de Imprensa) que citou o país entre os que propõem regular o funcionamento da mídia para “controlar e restringir o livre fluxo das informações.

O evento em questão foi o Seminário Internacional sobre Convergência das Mídias, organizado no segundo semestre de 2010, pelo ministro da Comunicação Social, Franklin Martins. Durante o evento estiveram presentes representantes de vários países que possuem marco regulatório para as Tecnologias da Informação e comunicação (TIC).

Por dois dias, representantes de agências reguladoras de vários países expuseram seus sistemas de regulação. França, Portugal, Espanha e Reino Unido declararam exercer controle

sobre o conteúdo veiculado pelas emissoras de rádio e TV. Portugal também controla o conteúdo dos veículos impressos. Essas agências analisam a programação e podem aplicar multas ou advertência se considerarem que veículos feriram regras como o direito à privacidade (Folha, 2010).

Sobre o modelo português que controla conteúdo de veículos impressos, os representantes asseguram que “não é censura porque a análise é após a exibição” (Folha, 2010). Os demais países também aplicam, além das restrições de concentração e propriedade cruzada, regulação de conteúdo que não se confunde, ainda assim, com censura de Estado. Haja vista que o controle de conteúdo está contido em regras claras que preservam a intimidade, por exemplo.

Outro ponto a ser lembrado quando existe confusão entre controle de conteúdo e censura são as regras de classificação indicativa, válidas em diversos países, incluindo o Brasil (Art. 220º, inciso I da CF) Onde, segundo as regras de classificação cada produto cultural midiático destina-se a um público, seguindo critérios de faixa etária. Têm-se ainda, as restrições de conteúdo aplicadas a certos produtos que notavelmente oferecem riscos à saúde dos consumidores. Como no caso da publicidade no mercado de bebidas alcoólicas e cigarros.

Tutelar o conteúdo de forma organizada, seguindo padrões claros, discutidos amplamente com a sociedade civil não deve ser simplificado em ato de censura Estatal quando na realidade está se buscando garantir o pleno desenvolvimento dos cidadãos e o aprofundamento da experiência democrática. Como o professor emérito da Faculdade de Direito da USP, Dalmo Dallari afirma que,

a liberdade de imprensa é um direito da cidadania incorporado às noções básicas do Estado de Direito. Só que isso não significa liberdade de empresa, pois há um componente social relevante (Folha, 2010).

A discussão sobre a regulação questiona o papel de neutralidade pretendido pelos meios de comunicação que, ao falar em regulação, empregam a palavra “controle” como “censura prévia” e retiram da discussão o controle real que exercem sobre a circulação de informações onde atuam. Sobre este controle real, temos o que Pierre Bourdieu (1997) chama de “circulação circular da informação” que afeta as mídias comerciais, ao passo que estas levam em

consideração o índice de audiência para estabelecer assuntos e pautas a serem ofertadas diariamente aos seus consumidores. Na ocasião de a concorrência ter um índice mais elevado, a tendência é haver a correção de pauta em busca dessa aprovação do público.

Diz-se sempre, em nome do credo liberal, que o monopólio uniformiza e que a concorrência diversifica. Nada tenho, evidentemente, contra a concorrência, mas observo apenas que, quando ela se exerce entre jornalistas ou jornais que estão sujeitos às mesmas restrições, às mesmas pesquisas de opinião, aos mesmos anunciantes, ela homogeneiza (Bourdieu, 1997, p 31).

Essa homogeneização do discurso midiático, provocada sobretudo pelo índice de audiência, promove uma “censura invisível” (Bourdieu 1997) e, além dela, ocorre também que o formato disponibilizado pela televisão inviabiliza a transmissão completa de informações. A partir da televisão, as informações se replicam em outros formatos de mídia sem romper com a “circulação circular da informação”.

O acesso à televisão tem como contrapartida uma formidável censura, uma perda de autonomia ligada, entre outras coisas, ao fato de que o assunto é imposto, de que as condições da comunicação são impostas e, sobretudo, de que a limitação do tempo impõe ao discurso restrições tais que é pouco provável que alguma coisa possa ser dita.

As pessoas se conformam por uma forma consciente ou inconsciente de autocensura, sem que haja necessidade de chamar sua atenção (Bourdieu, 1997, p. 19).

Estadão e Folha de São Paulo não escapam dessa lógica da busca pela aceitação do público e publicaram, com uma diferença de pouco mais de uma hora, a mesma matéria, “Senado argentino aprova lei de comunicações”, de autoria de Márcia Carmo da BBC.

Na matéria copiada, Estadão e Folha trazem posicionamentos que não se alinham ao critério democrático empregado na *Ley de Medios*. Como o da associação de Difusoras Privadas Argentinas que chama a lei de volta a ditadura.

Ditadura. A Associação de Difusoras Privadas Argentinas criticou as regras para o setor com anúncios na televisão. “A única rede que o governo quer é a rede nacional (usada pelo governo)” (Folha, 2009).

Além da Associação de Difusoras Argentinas, há também destaque para a fala do senador governista Guillermo Jenefes, da Frente para a Vitória, que também criticou o texto.

Como está, esse texto vai gerar desemprego. Além disso, permite envolvimento de forma excessiva no conteúdo (das rádios e televisões) e o governo repete, neste sentido, a lei da ditadura (Estadão, 2009).

Por fim, destaca-se matéria do Estadão (2010) “Suprema Corte argentina mantém suspensão de lei sobre mídia”, na qual é noticiada fala da presidente Kirchner que “defende que a lei permitirá a existência de novos participantes no mercado da comunicação”, e a conclusão dos críticos acerca do pronunciamento que “afirmam que ela aumentará a influência do Estado no setor”.

Para romper o círculo (Bourdieu 1997), “é preciso proceder por transgressão, mas a transgressão não pode ser senão através da mídia”. A questão, para os grandes meios, não é se a informação é de interesse público, se é essencial para o desenvolvimento da população, mas se é capaz de interessar àqueles que determinam o conteúdo midiático. Faz-se necessário, portanto, a produção de um impacto que desperte a atenção do “conjunto da mídia ou pelo menos a um dos meios de comunicação e que poderá ser reforçado pelo efeito da concorrência”.

3.3. A REGULAÇÃO DA MÍDIA NA EFETIVAÇÃO DA DEMOCRACIA

Os meios de comunicação presentes tanto na Argentina quanto no Brasil, em sua maioria privados, se constituíram ocupando o lugar do saber para a sociedade em geral. Além disso, é também a partir das opiniões e informações que os meios emitem que a população compõe seu repertório de ideias. Com isso, este lugar de fala fica reservado para os que detêm domínio do conhecimento e do poder econômico quando não há lei para regular o setor. Por outro lado, um veículo de mídia, seja de rádio, jornal ou televisão, do setor público ou privado sem fins lucrativos, que não necessite unicamente de anunciantes para sustentar seu funcionamento, pode ter a liberdade necessária para informar os problemas reais que enfrenta a população, inclusive quando esses problemas são causados pela ação ou omissão dos detentores do poder político ou econômico.

Quando os agentes sociais se envolvem na luta pela mudança da legislação e do modo de pensar e agir da comunidade acerca do modelo de comunicação, o ponto alcançado vai além da comunicação em si, atingindo o aprofundamento da experiência democrática, abarcando e dando visibilidade a pluralidade identitária que compõe uma nação.

O capítulo V da Constituição da República Federativa do Brasil, que trata da comunicação social, traz em seus cinco artigos a forma de organização da comunicação e a previsão de regulação em lei de vários aspectos que permeiam o tema.

O artigo 220 dispõe sobre a liberdade da manifestação do pensamento e a sobre a inexistência de qualquer restrição à criação, à expressão e à informação em qualquer de suas formas, processos ou veículos. Além disso, atribui à lei federal as normatizações. O inciso I¹¹ prevê controle de conteúdo no que toca regular as diversões e espetáculos públicos, no sentido de informar sobre a natureza e a classificação etária dos mesmos e encontra-se regulamentado (Midiacom Democracia, p.9, 2006). Já o inciso II¹² está sem regulamentação e versa sobre o direito de resposta. No parágrafo 4º¹³ que está regulamentado, têm-se as restrições legais à propaganda comercial de tabaco, bebidas alcóolicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias. A vedação ao monopólio ou oligopólio está sem regulamentação e encontra-se prevista no parágrafo 5º do Art. 220 onde se destaca que "os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio".

O artigo 221 da Constituição estabelece princípios a serem atendidos na programação e produção de rádio e televisão e permanece completamente desregulamentado. No inciso I é expressa a "preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas". O inciso II trata da promoção da

¹¹ Art. 220 da CF de 1988, inciso I - regular as diversões e espetáculos públicos, cabendo ao Poder Público informar sobre a natureza deles, as faixas etárias a que não se recomendem, locais e horários em que sua apresentação se mostre inadequada;

¹² Art. 220 da CF de 1988, inciso II - estabelecer os meios legais que garantam à pessoa e à família a possibilidade de se defenderem de programas ou programações de rádio e televisão que contrariem o disposto no art. 221, bem como da propaganda de produtos, práticas e serviços que possam ser nocivos à saúde e ao meio ambiente.

¹³ Art. 220 da CF de 1988, § 4º A propaganda comercial de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias estará sujeita a restrições legais, nos termos do inciso II do parágrafo anterior, e conterá, sempre que necessário, advertência sobre os malefícios decorrentes de seu uso.

cultura nacional e regional e do estímulo a produção independente. O inciso III fala em regionalizar a produção cultural, artística e jornalística, a partir de percentuais definidos em lei. O Inciso IV trata do respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família.

O artigo 222º da CF de 1988 recebeu nova redação e regulamentação pela Emenda Constitucional nº36 de 2002 e dispõe sobre a propriedade das empresas jornalísticas e de radiodifusão sonora e de sons e imagens, e da participação

do capital estrangeiro na mídia brasileira. Atualmente, pessoas jurídicas ou estrangeiros podem integrar o capital no limite de 30%.

O artigo 223º, também sem regulamentação, atribui ao Poder Executivo a competência para outorgar e renovar concessão, permissão e autorização para os serviços de radiodifusão sonora e de sons e imagens, observada a complementaridade dos sistemas privado, público e estatal. Atribui ao Congresso Nacional a deliberação final sobre os atos de outorga, estipulando prazos para renovação e as formas de cancelamento das mesmas.

O último artigo que compõe o capítulo destinado à comunicação social é o 224º, que está devidamente regulamentado, e, trata da instituição do Conselho de Comunicação Social, órgão auxiliar do Congresso Nacional.

A previsão constitucional de regulação por lei federal demonstra a necessidade de criação de regulamentação específica.

Sobre a falta de regulamentação e a consequente concentração, Lima (2006) destaca que,

apesar de a concentração ser uma característica histórica da mídia no Brasil, aqui também se manifestou a tendência mundial de aceleração do processo - agora por outras causas - que acompanhou a chamada "globalização" no final do século passado.

Nos anos 1990, cerca de nove grupos de empresas familiares controlavam a grande mídia no Brasil. As famílias eram Abravanel (SBT), Bloch (Manchete), Civita (Abril), Frias (Folhas), Levy (Gazeta), Marinho (Globo), Mesquita (O Estado de S. Paulo), Nascimento Brito (Jornal do Brasil) e Saad (Band). Hoje esse número está reduzido a cinco. (Lima, 2006, p. 104)

O processo de concentração apresentado por Lima (2006) demonstra que os grandes grupos de mídia caminham na direção contrária a determinada pela Constituição de 1988. Com isso, Chomsky (2003) ressalta

que a centralização dos produtores e veiculadores de cultura contribui diretamente na manipulação da opinião pública e na fabricação de consenso.

Neste sentido, Douglas Adams (2014) alerta "sobre o poder que a mídia tem de distorcer a realidade a seu bel-prazer" dizendo também que

hoje, estamos de tal forma distanciados e alienados que não é de espantar que nos sintamos tão angustiados e isolados no mundo, pois o mundo causa impacto em nós, mas não podemos causar impacto nele.

A mídia exerce, portanto, a comunicação de "um para muitos" (Adams, 2014), o que significa dizer que o conteúdo produzido unilateralmente é imposto aos espectadores, e estes, isolados, não tem condições de efetuar mudanças neste sistema, ou seja, o atual cenário vai na contramão do que seria democrático.

Neste contexto, a atuação da mídia engloba não só a produção e a distribuição de entretenimento como também a divulgação do que é público, ou publicizado, em uma democracia. É através dela que os atos de governo se tornam conhecidos, assim, o próprio conceito de evento público, na atualidade, passa pela sua cobertura pela mídia. Como afirma Lima (2006),

antes de seu desenvolvimento, um 'evento público' implicava compartilhamento de um lugar (espaço) comum, co-presença, visão, audição, aparência visual, palavra falada, diálogo. Depois do desenvolvimento da Mídia, um evento para ser 'evento público' não está limitado à partilha de um lugar. O 'público' pode estar distante no tempo e no espaço. Dessa forma, a Mídia suplementa a forma tradicional de constituição do 'público' mas também a estende, transforma e substitui. O 'público' agora é midiaticizado. (Lima, 2006, p. 56)

A partir de então, surge o que Chomsky (2003) denomina como "Democracia do Espectador", isto é, uma revolução na arte da democracia, segundo a qual, o Estado – representando os interesses da oligarquia dominante – se utiliza das novas técnicas de propaganda para produzir consenso e conseguir a concordância da população para o que ela não quer.

Lippmann *apud* Chomsky traz as noções de uma democracia progressista, explicando que para o seu bom funcionamento, faz-se necessária a existência de várias classes de cidadãos. A primeira classe, que detém papel ativo na condução dos aspectos gerais, intitulada classe especializada, é "formada por pessoas que analisam, executam, tomam decisões e conduzem

as coisas no sistema político, econômico e ideológico". Naturalmente, "é uma pequena porcentagem da população". A segunda classe, que está fora desse pequeno grupo, é a grande maioria da população, chamada "o rebanho assustado". Para Lipmann, a primeira classe deveria pensar e escolher as ações de governo enquanto a segunda, deveria simplesmente assistir, ser espectador. Assim, afirmava também qual deveria ser o tratamento dispensado ao "rebanho assustado":

precisamos portanto de algo para domar o rebanho assustado, o que nada mais é do que a nova revolução na arte da democracia: a fabricação do consenso. A mídia, as escolas e a cultura popular tem de ser divididas. Quanto à classe política e aos tomadores de decisão, tem que ser supridos de um senso de realidade tolerável, conquanto também doutrinados com as convicções convenientes (Lippmann *apud* Chomsky, 2003, p.16 e 17).

Nas palavras de Chomsky (p.19, 2003), na medida em que a sociedade se torna mais livre e democrática, mais difícil fica, para as oligarquias que dominam o Estado, exercer o controle sobre a opinião pública. Sobre esse controle se relaciona depoimento do Senador José Sarney, o mesmo político que conduziu o Brasil no processo de redemocratização pós-ditadura, ao falar da natureza de sua necessidade em participar do mercado de comunicação social. Para ele, a necessidade não está ligada meramente a lógica de mercado, ou lucro, tem uma relação muito maior com sua atividade política, assim como dos seus parentes e descendentes Sarney.

(Nossa) única atividade em empresas é relativa à atividade política: jornal, rádio e televisão. Temos uma pequena televisão, uma das menores, talvez, da Rede Globo. E por motivos políticos. Se não fôssemos políticos, não teríamos necessidade de ter meios de comunicação (Lima, 2006).

Com efeito, a relação está invertida. O Senador Sarney acredita que para se fazer política, se faz necessário também de ter meios de comunicação. Pelo caminho contrário do disposto no artigo 54¹⁴ da Constituição de 1988 que

¹⁴ Art. 54. Os Deputados e Senadores não poderão:

I - desde a expedição do diploma:

a) firmar ou manter contrato com pessoa jurídica de direito público, autarquia, empresa pública, sociedade de economia mista ou empresa concessionária de serviço público, salvo quando o contrato obedecer a cláusulas uniformes;

II - desde a posse:

a) ser proprietários, controladores ou diretores de empresa que goze de favor decorrente de contrato com pessoa jurídica de direito público, ou nela exercer função remunerada;

preceitua as proibições para Deputados e Senadores em função do mandato público eletivo. Ocorre que o Poder Executivo faz uso das concessões como “moeda de barganha política” (Lima 2006) e tratam das renovações sem qualquer observância aos prazos e princípios. Contando com a “cumplicidade de parte significativa de deputados e senadores – eles próprios concessionários de radiodifusão – com a desordem no setor” (Lima 2006).

Apesar de essa problemática remontar ao momento mesmo da Constituinte, é oportuno compreender os motivos que fazem com que o setor permaneça desregulado. Dar conta dos agentes capazes de efetivar essa mudança – o Legislativo Federal – e entender o que de fato impede que os problemas sejam resolvidos. Lima (2006) indica que o cerne do problema está no reconhecimento de que manter o setor desregulado é desserviço à democracia.

Parece óbvio, mas não é. Tem muita “gente boa” – atores diretamente envolvidos na questão – que, apesar dos dispositivos legais, nada vê de errado, por exemplo, no fato de políticos serem concessionários e votarem nos processos de concessão e renovação de concessões (vale dizer, ser, ao mesmo tempo, o poder que concede e o beneficiário da concessão) (Lima, 2006).

A patente passividade do Legislativo em preencher as lacunas do capítulo da comunicação social na Constituição de 1988 foi interrompida em 2005, quando foi apresentada a Proposta de Emenda Constitucional (PEC 453 de 2005) com apoio de 189 deputados, pela qual se acrescentaria um parágrafo sexto no artigo 222, disciplinando que “Não se aplica a este artigo o disposto no artigo 54 da Constituição Federal”.

É por isso mesmo que levantamentos recentes indicam que pelo menos um em cada dez deputados e mais de um em cada três senadores são concessionários – direta ou indiretamente – de radiodifusão. Aí está o nó da questão (Lima, 2006).

Independente de onde surja a proposta de regulação dos meios de comunicação no Brasil, ela terá que ser aprovada pelo Congresso Nacional.

Como, no entanto, fazer com que um número significativo de deputados e senadores aprove uma regulação de interesse público que contraria diretamente seus interesses privados, inclusive porque a radiodifusão se transformou – para os políticos concessionários – em vantagem comparativa fundamental nas disputas eleitorais? (Lima, 2006)

“A lógica é clara: a propaganda está para a democracia assim como o cassete para o Estado Totalitário” (Chomsky, 2003, p.19) É nacionalismo e harmonia. O objetivo é criar um sentimento de união entre as pessoas, mas nada que possa perturbar a harmonia necessária para manter o estado das coisas. E, sempre que possível, isolar quem ouse perturbar essa harmonia “com essa conversa de luta de classes, direitos e coisas desse tipo”, deixando-os “marginalizados e adequadamente distraídos”.

Devem ficar sentados sozinhos diante da televisão, tendo suas cabeças marteladas pela mensagem que diz que os únicos valores da vida são possuir cada vez mais bens de consumo ou viver como aquela família de classe média alta a que você está assistindo e cultivar os valores virtuosos como harmonia e americanismo. E isso é tudo na vida. Você pode pensar consigo mesmo que deve haver algo mais na vida além disso, mas como você está sozinho diante do aparelho, você acha que está ficando louco, já que tudo que acontece se passa ali no vídeo. E como não lhe é permitido nenhum tipo de organização – e isto é absolutamente crucial – você nunca terá uma maneira de saber se está realmente louco. Você então aceita, porque é a única coisa a fazer (Chomsky, 2003, p.19).

As matérias analisadas acima nos capítulos 3.1 e 3.2 tocam o tema da democracia, posto que este envolve as questões da comunicação como direito e da liberdade de expressão.

Sobre o caráter democrático da aprovação da *Ley de Medios* Estadão (2010) publica “Louis Pasteur, requisitado por Cristina Kirchner” onde discorre sobre a aprovação, no ano anterior, de uma polêmica “lei de meios”, aprovada por uma votação cheia de irregularidades “que implica em uma série de limitações para as empresas de mídia e favorece o surgimento de grupos de alinhados com o casal Kirchner”. Na sequência relata que a lei está “temporariamente suspensa na Justiça. No entanto, o governo tenta reverter a situação com apelos nos tribunais”. E conclui trazendo a fala de “diversas organizações de defesa da liberdade de imprensa” que afirma que a “Argentina passa atualmente por um dos ‘momentos mais críticos para a liberdade de imprensa’ desde a volta da democracia, em 1983”.

Em “O casal criador de crises” Estadão (2010) menciona que Cristina Kirchner “conseguiu a aprovação da sua Lei dos Meios, de clara inspiração chavista, para pôr uma coleira na imprensa”. Faz menção sobre a suspensão

temporária, indicando que “a matéria será julgada pela Suprema Corte”. E conclui, ao se reportar à forma de governar do casal Kirchner, dizendo “as leis e as instituições? Ao diabo com elas”.

Ainda que os meios de comunicação nacionais estudados neste trabalho disputem o conceito de democracia, e seus desdobramentos, sob um viés mercadológico, aplicando-lhe apenas o crivo do livre comércio, taxando de antidemocrática qualquer tentativa de regulação do setor. Faz-se necessário notar que, para eles, que representam justamente a comunidade dos empresários, “o bom governo democrático é aquele capaz de controlar um mal que se chama simplesmente vida democrática (Rancière p.16, 2014)”, isto é, os avanços e as conquistas sociais.

as leis e as instituições da democracia formal são as aparências por trás das quais e os instrumentos com os quais se exerce o poder da classe burguesa. A luta contra essas aparências tornou-se então a via para uma democracia “real”, uma democracia em que a liberdade e a igualdade não seriam mais representadas nas instituições da lei e do Estado, mas seriam encarnadas nas próprias formas da vida material e da experiência sensível (Rancière, 2014, p.9).

A televisão, representante maior do setor de comunicação de massa, poderia representar um “extraordinário instrumento de democracia direta” e não se converter apenas em um “em instrumento de opressão simbólica” (Bourdieu 1997). O que se pretende ser um mecanismo de registro se apresenta como “um instrumento de criação da realidade. A televisão se torna o árbitro do acesso à existência social e política”.

E estrutura da rede de televisão aberta no Brasil é trazida por Bruno Marinoni em seu “Concentração dos meios de comunicação de massa e o desafio da democratização da mídia no Brasil”, onde explica que os “cinco maiores grupos absorvem, em média, 82% da verba oficial de publicidade de televisão” (Marinoni, 2015, p.12). Já Pesquisa Brasileira de Mídia de 2015, publicada pela Secretaria da Comunicação da Presidência da República - Secom, em 2015, revela que 95% da população declaram ver TV, sendo 73% diariamente, enquanto apenas 55% dizem ouvir rádio, sendo 30% diariamente, 48% navegam pela internet, 21% leem jornais impressos e apenas 13% leem revistas impressas (Secom, 2014).

No caso dos jornais tem-se a média de circulação como forma de medição do tamanho do negócio.

Tabela 1 – *Ranking* de jornal impresso em 2015.

Ranking	Título	UF	Média anual (milhares)
1	Super Notícia	MG	249.297
2	O Globo	RJ	193.079
3	Folha de S. Paulo	SP	189.254
4	O Estado de S. Paulo	SP	157.761
5	Daqui	GO	153.049
6	Zero Hora	RS	102.335
7	Diário Gaúcho	RS	148.547
8	Extra	RJ	136.831
9	Correio do Povo	RS	102.335
10	Meia Hora	RJ	96.138

Fonte: ANJ (2015)

A tabela 1, adaptada da Associação Nacional dos Jornais (2015), apresenta os dez maiores jornais em números de circulação média mensal de seus exemplares. Dentre eles destaca-se a presença de jornais provenientes de apenas 5 estados da Federação.

Tabela 2 – *Ranking* de jornal digital em 2015.

Ranking	Título	UF	Média anual (milhares)
1	Folha de S. Paulo	SP	146.641
2	O Globo	RJ	118.143
3	O Estado de S. Paulo	SP	78.410
4	Super Notícia	MG	49.332
5	Estado de Minas	MG	48.284
6	O Tempo	MG	46.015
7	Zero Hora	RS	44.749
8	Extra	RJ	25.941
9	Valor Econômico	SP	18.291
10	Correio Braziliense	DF	17.429

Fonte: ANJ (2015)

O ranking digital exposto na tabela 2, adaptada também da Associação Nacional dos Jornais (2015), traz os dez maiores jornais digitais. A mudança da plataforma não consegue alterar a diversidade na origem do conteúdo, pois, verifica-se que na plataforma digital consta apenas a representação de cinco estados, substituindo Goiás temos a entrada do Distrito Federal. De resto temos Rio de Janeiro, São Paulo, Minas gerais e Rio Grande do Sul como sede dos dez maiores jornais do país, tanto na plataforma impressa quanto na digital.

O panorama da televisão aberta no Brasil se constitui em seis redes. A Rede Globo, SBT, Record, Band, RedeTV! e EBC. A Rede Globo contava em 2015 com 123 emissoras, em 5.490 municípios (98,56%) atingindo a marca de 202.716.683 habitantes (99,51%). Apenas cinco concessões são próprias do Grupo Globo, sendo que as 118 demais são de outros grupos que compõem sua rede. Enquanto a rede representa 22,6%, quase um quarto do total de 543 outorgas no Brasil, as 5 pertencentes ao Grupo Globo representam apenas um centésimo. A rede SBT possuía um total 114 emissoras de televisão, 8 próprias, embora em apenas 9 conste o nome da família Abravanel lista de sócios, cobre 97% do território, 190 milhões de pessoas. A pequena diferença entre os números de cobertura do território não reflete a assimetria de poder de mercado entre A Rede Globo, A rede SBT e as demais redes. A Rede Record fica também muito próxima desse cenário com suas 108 emissoras, das quais 12 são próprias. Já a Rede Bandeirantes de Televisão possui 49 emissoras, 14 próprias, e cobre 3.572 municípios, atingindo 181 milhões de habitantes, que representa 89% da população, muito parecido com a estrutura da RedeTV!, que possui 40 emissoras, 5 próprias, e também pela EBC (Empresa Brasil de Comunicação), que detém 50 emissoras de televisão, sendo 4 próprias (Marinoni, 2015, p.9).

A Pesquisa Brasileira de Mídia de 2015 (PBM 2015) revela que apenas 31% dos brasileiros conhecem a TV Brasil e 15% conhecem a TV NBR, já o programa de rádio Voz do Brasil, no ar há mais de 70 anos, se mostrou a forma mais conhecida do Governo Federal para se comunicar com a população, 57% dos brasileiros afirmaram conhecer o programa e sua finalidade (Secom, 2014, p.131).

Segundo Antônio Lassance (2015), o governo federal, através do gasto público com publicidade, financia a mídia concentrada e cartelizada. Para traçar sua análise, Lassance parte da leitura da PBM 2015 (Secom, 2014) e ao cruzar os dados de consumo real, percebe que a despesa com o setor de televisão é bem superior à fatia que essa tecnologia ocupa no hábito de consumo do brasileiro.

Tabela 3 - Hábitos de consumo de mídia pela população brasileira (2015)

Mídia	Hábito de consumo (%)
Televisão	40,95
Rádio	23,71
Internet	20,69
Jornais (impressos)	9,05
Revistas (impressas)	5,60

Fonte: Adaptado de Lassance (2015)

Tabela 4 – Gastos públicos com publicidade em 2014. (Secom e estatais)

Mídia	Gastos com publicidade (%)
Televisão	72,20
Rádio	6,90
Internet	9,09
Jornais (impressos)	6,73
Revistas (impressas)	5,09

Fonte: Adaptado de Lassance (2015)

O direcionamento desproporcional para o setor de televisão denuncia o status que esse meio detém na esfera política. Nas palavras de Lassance, pode-se dizer que a publicidade governamental se destina ao favorecimento das maiores corporações de mídia do país, em somas crescentes. Para ele, o critério maior é o favorecimento do negócio da televisão. A prática do governo e das estatais, no uso do dinheiro público, não leva em consideração se estão fortalecendo o pensamento único ou a pluralidade. Se, desprezam ou se respeitam as instituições, se educam ou deseducam, ou ainda se veiculam discurso de solidariedade ou de intolerância.

Não importa, sequer, o quanto elas estejam em decadência nos hábitos de consumo de informação, cultura e entretenimento dos brasileiros. Não é a propaganda que é a

alma do negócio. É o negócio que é a alma da propaganda, mesmo a governamental (Lassance, 2015)

A lógica desses grupos de televisão consiste na redução da comunicação para a esfera privada, onde as concessões passam de pai para filho, onde é permitido transferir a propriedade de acordo com interesse de particulares, sem a observação do Legislativo, e onde até o aluguel das outorgas está presente na forma de loteamento da grade de programação.

Deslocando as ideias de Jacques de Rancière (2014) acerca da vida democrática, destaca-se que, assim como nas demais conquistas sociais, o direito ao voto, à igualdade de gênero, ao casamento homoafetivo, a discussão sobre a regulação dos meios de comunicação é necessariamente uma discussão para desprivatizar a relação entre emissor/produtor com o espectador/consumidor. Não o império do controle remoto, numa relação entre dois entes privados, mas uma questão pública, que diz respeito a uma coletividade, da discussão pública e da norma legislativa. A regulação dos meios de comunicação em massa na era da sociedade da informação significa, antes de tudo, sua retirada da lógica de mercado e constituição da comunicação como estrutura da vida coletiva, separada do domínio único do direito dos interesses privados e impondo limites ao processo de continuada concentração. No quadro atual, em que se preza pela liberdade irrestrita de expressão, em que se lança mão deste direito amplamente defendido e aceito para justificar e perpetuar a ausência de regulação, garante-se, na realidade, a liberdade dos que detêm os poderes e os meios de comunicação em detrimento da coletividade.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

É notório que o setor de comunicação do Brasil necessita de regulação, posto que é organizado por leis esparsas, sendo que algumas delas datam da década de 60, como são os casos do Código Brasileiro de Telecomunicações (1962) e do Decreto que aprova o regulamento dos serviços de Radiodifusão (1963). A própria Constituição Federal de 1988 prevê em seu texto a necessidade de regulação por leis infraconstitucionais, notadamente no estabelecimento de percentuais de produção regional para os agentes envolvidos na produção e na distribuição do conteúdo midiático. Rompendo com a hegemonia Rio-São Paulo e dando reais possibilidades de se fazer ouvir as vozes e se fazer ver as cores dos estados e regiões que compõem este país de dimensões continentais.

É também na Constituição que se encontra expressa a proibição de monopólio e oligopólio. A despeito disso, faz-se da Carta Magna letra morta, permitindo-se que apenas cinco grupos de televisão concentrem mais da metade das verbas de publicidade oficial. E, como no caso da Rede Globo, submeta para 99,51% dos lares, a sua visão, impondo seu discurso sobre os acontecimentos, investigações, esportes, crimes e eventos culturais, em resumo, sobre absolutamente tudo que seria de interesse público.

Mais recentemente, depois da virada do milênio, surgiram outras leis, como a que regulamenta a televisão digital, que somadas dão conta de manter o setor aparentemente controlado. Na prática, na falta de uma legislação única que englobe a comunicação como ferramenta de aprofundamento da experiência democrática, mantém-se uma verdadeira confusão e, sobretudo, demonstra-se a inércia do Estado em dispor de regras claras, efetivas e que deem conta da complexidade necessária ao setor de comunicação em massa na era da sociedade da informação.

Essa desorganização das leis e a inércia do Estado apontam para problemas que ultrapassam a comunicação e acabam impossibilitando a colocação em pauta de assuntos de interesse da coletividade na agenda política do país.

Na atualidade, é imprescindível para qualquer agente social dispor de espaço na mídia, principalmente na televisão, que é o meio mais acessado

pela população, para demonstrar um problema. Seja esse agente um partido político, uma associação de bairro, um sindicato ou uma organização não governamental, ele precisa de suporte midiático para encontrar apoiadores que endossem sua demanda. Somente com o apoio da mídia é que o agente social poderá conseguir a visibilidade necessária para encontrar a solução do problema. O principal entrave não é a fonte ou a natureza do problema, mas se ele tem capacidade de chamar a atenção de um grupo comercial de mídia para que tenha chance de ser discutido e levado adiante.

Ocorre que o Brasil adotou o modelo de comunicação gerido pela iniciativa privada, através das concessões públicas, e essas por sua vez foram ao longo do tempo se concentrando, sob o efeito do neoliberalismo e da falta de regulação, de maneira desproporcional nas mãos de poucos empresários. Além da concentração das concessões formarem um oligopólio, um número significativo de concessionários acumula as funções políticas, na esfera do Executivo ou do Legislativo, à atividade de empresário do setor de comunicação, contrariando vedação clara do artigo 54º da Constituição Federal de 1988.

O desenvolvimento deste estudo possibilitou a análise sobre o discurso de dois grandes veículos de mídia nacionais, presente nas matérias disponíveis em seus respectivos portais eletrônicos de notícias, Estadão e Folha de São Paulo, acerca da promulgação da Ley de Medios argentina no ano de 2009, englobando, na pesquisa, o ano anterior e o posterior ao da aprovação da referida lei (26.522 de 2009), explicitando a forma como é disputado politicamente o sentido de democracia, censura, liberdade de expressão, regulação e comunicação.

Partindo da análise das matérias selecionadas, verificou-se que tanto Estadão quanto Folha de São Paulo tratam a comunicação em massa como negócio. Reforçam a ideia de que as ações no sentido de limitar as concessões – instituição de uma Lei de Meios – e, portanto, limitar o tamanho e o alcance dos meios de comunicação, são nocivas e devem ser evitadas. Ou seja, partem de uma informação verdadeira e ocultam o outro lado da moeda. Ao passo que um veículo sofre limitação, outro ocupará seu lugar, fazendo acontecer a pluralidade necessária para a aproximação do que está disposto em lei à experiência real dos cidadãos. O foco do discurso está no caráter nocivo ao

patrimônio privado, em vez do estar no benefício que a legislação traz para a coletividade.

Este trabalho tem relevância no que toca à apresentação do panorama legislativo brasileiro referente à comunicação social. Apresenta os principais meios de comunicação social e referencia o tratamento dispensado por dois jornais de grande circulação, tanto impressa como digital, à regulação das tecnologias da informação e comunicação.

Nesse contexto, a presente pesquisa pode servir de base para futuros trabalhos, na direção de ampliar o recorte temporal; incluir veículos de mídia de outras matrizes de comunicação, como rádio e televisão; relacionar os veículos de comunicação do Brasil com os políticos e seus respectivos partidos políticos; atualizar a pesquisa quanto à realidade legislativa argentina a partir da eleição do Presidente Macri.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADAMS, Douglas. **O Salmão da Dúvida**. Editora Arqueiro. 2014.

AGUIAR, Cristiano. **Reflexões Sobre a Regulação da Radiodifusão no Brasil – Em Busca da Lei Geral de Comunicação Eletrônica em Massa**. Câmara dos Deputados. 2005.

ARGENTINA. **Lei 26.522, de 10 de outubro de 2009**. Serviço de Comunicação Audiovisual.

ASSANGE, Julian. **Seis famílias controlam 70% da imprensa no Brasil**. 2013. Disponível em: <<https://www.brasil247.com/pt/247/mundo/92535/Seis-fam%C3%ADlias-controlam-70-da-imprensa-no-Brasil.htm>> Acesso em: 9 de Julho de 2017.

ANJ. **Maiores Jornais do Brasil**. Associação Nacional dos Jornais, 2015. Disponível em:<<http://www.anj.org.br/maiores-jornais-do-brasil/>>. Acesso em: 5 de outubro de 2017.

AZEVEDO, F. A. **Mídia e democracia no Brasil**. OPINIÃO PÚBLICA, Campinas, vol. 12, nº 1, Abril/Maio, 2006, p. 88-11. Disponível em:<<http://www.scielo.br/pdf/op/v12n1/29399.pdf>>. Acesso em: 5 de outubro de 2017.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**, 1988.

BRASIL. Emenda Constitucional nº 8, de 15 de agosto de 1995.

BRASIL. **Regulamento dos Serviços de Radiodifusão**. Decreto nº 52.795, de 31 de outubro de 1963.

BRASIL. **Lei nº 13.424, de 28 de março de 2017**.

BRASIL. **Regulamento Geral do Código Brasileiro de Telecomunicações**. Decreto nº 52.026, de 20 de maio de 1963.

BRASIL. **Comunicação Audiovisual de acesso Condicionado**. Lei nº 12.485, de 12 de setembro de 2011.

BRASIL. **Organização dos serviços de Telecomunicações**. Lei nº 9.472, de 16 de julho de 1997.

BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa brasileira de mídia 2015: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira**. Brasília, Secom, 2014. Disponível em:<<http://www.secom.gov.br/atuuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>>. Acesso em: 7 de setembro de 2017.

BRASIL. Decreto Lei nº 236, de 28 de fevereiro de 1967.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a Televisão. Seguido de: A influência do jornalismo, e, Os Jogos Olímpicos.** Rio de Janeiro: Zahar, 1997.

BUSSO, Néstor; JAIMES, Diego. **La Cocina de la Ley : El proceso de incidencia en la elaboración de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en Argentina.** FARCO, 2011.

CARTA CAPITAL. **CNV chancela versão de que a Folha emprestou carros para a ditadura.** Carta Capital, 2014. Disponível em: <<https://www.cartacapital.com.br/blogs/midiatico/cnv-chancela-versao-de-que-a-folha-emprestou-carros-para-a-ditadura-3323.html>>. Acesso em: 8 de outubro de 2017.

CHOMSKY, Noam. **Controle da Mídia: Os espetaculares feitos da propaganda.** Rio de Janeiro: Graphia. 2003.

CHOMSKY, Noam. **A Minoria próspera e a multidão inquieta.** Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1999.

EDITORIAL. **O que significa 'democratização da mídia'.** O Globo, 2013. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/opiniaao/o-que-significa-democratizacao-da-midia-9866217>>. Acesso em: 11 de agosto de 2014.

EKMAN, Pedro; BARBOSA, Bia. **Regulação da mídia não é censura.** Carta Capital, 2014. Disponível em: <<https://www.cartacapital.com.br/blogs/intervozes/regulacao-da-midia-nao-e-censura-2340.html>>. Acesso em: 8 de agosto 2016.

ESTADÃO. **Cristina Kirchner aperta cerco e tenta atingir finanças do Grupo Clarín.** Estadão, 2010. Disponível em: <<http://internacional.estadao.com.br/noticias/geral,cristina-kirchner-aperta-cerco-e-tenta-atingir-financas-do-grupo-clarin-imp-,579548>>. Acesso em: 6 de agosto de 2016.

ESTADÃO. **O casal criador de crises.** Estadão, 2010. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/noticias/geral,o-casal-criador-de-crises,494103>>. Acesso em: 7 de agosto de 2016.

ESTADÃO. **Os Kirchners e a imprensa: a urticária permanente.** Estadão, 2009. Disponível em: <<http://internacional.estadao.com.br/blogs/ariel-palacios/os-kirchners-e-a-imprensa-uma-relacao-co/>>. Acesso em: 7 de agosto de 2016.

ESTADÃO. **Suprema Corte argentina mantém suspensão de lei sobre mídia.** Estadão, 2010. Disponível em: <<http://internacional.estadao.com.br/noticias/america-latina,suprema-corte-argentina-mantem-suspensao-de-lei-sobre-midia,620703>>. Acesso em: 7 de agosto de 2016

ESTADÃO. **Senado argentino aprova lei de comunicações.** Estadão, 2009. Disponível em: <<http://internacional.estadao.com.br/noticias/geral,senado-argentino-aprova-lei-de-comunicacoes,448831>>. Acesso em: 8 de agosto de 2016.

ESTADÃO. **Kirchnerismo explícito.** Estadão, 2009. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/noticias/geral,kirchnerismo-explicito,462561>>. Acesso em: 7 de agosto de 2016.

ESTADÃO. **Louis Pasteur, requisitado por Cristina Kirchner.** Estadão, 2010. Disponível em: <<http://internacional.estadao.com.br/blogs/ariel-palacios/louis-pasteur-requisitado-por-cristina-kirchner/>>. Acesso em: 6 de agosto de 2016.

FOLHA DE SÃO PAULO. **Da criação do jornal ao futuro digital; veja 9,5 marcos da história da Folha.** Folha de São Paulo, 2016. Disponível em: <<http://m.folha.uol.com.br/asmais/2016/02/1744105-da-criacao-do-jornal-ao-futuro-digital-veja-95-marcos-da-historia-da-folha.shtml>>. Acesso em: 8 de outubro de 2017.

FOLHA DE SÃO PAULO. **Diretor da Receita Federal argentina demite supostos responsáveis por blitz no "Clarín".** Folha de São Paulo, 2009. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/mundo/2009/09/622387-diretor-da-receita-federal-argentina-demite-supostos-responsaveis-por-blitz-no-clarin.shtml>>. Acesso em: 11 de agosto de 2016

FOLHA DE SÃO PAULO. **Lei de comunicações na Argentina integra "ofensiva sem limite", diz jornal.** Folha de São Paulo, 2009. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/mundo/2009/10/636381-lei-de-comunicacoes-na-argentina-integra-ofensiva-sem-limite-diz-jornal.shtml>>. Acesso em: 11 de agosto de 2016.

FOLHA DE SÃO PAULO. **Senado argentino aprova lei de comunicações; veja repercussão.** Folha de São Paulo, 2009. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/bbc/2009/10/636366-senado-argentino-aprova-lei-de-comunicacoes-veja-repercussao.shtml>>. Acesso em: 11 de agosto de 2016.

FOLHA. **Governo argentino reage a crítica da SIP.** Folha de São Paulo, 2010. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/poder/po1111201016.htm>>. Acesso em: 9 de agosto de 2016.

LASSANCE, Antonio. **Governo Federal financia mídia cartelizada, mais cara e menos plural.** Observatório da Imprensa, 2015. Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/governo-federal-financia-midia-cartelizada-mais-cara-e-menos-plural/>>. Acesso em: 5 de setembro de 2017.

LIMA, Venício A. de. **Mídia: Crise política e poder no Brasil**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo. 2006.

LIMA, Venício A. de. **As razões por que tudo continua na mesma**. FNDC, 2006. Disponível em: <<http://www.fndc.org.br/clipping/as-razoes-por-que-tudo-continua-na-mesma-75239/>>. Acesso em: 5 de outubro de 2017.

MARINONI, Bruno. **Concentração dos meios de comunicação de massa e o desafio da democratização da mídia no Brasil**. Friedrich Ebert Stiftung Brasil, n. 13, 2015.

MIDIACOM DEMOCRACIA. Revista do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação. Edição nº1, Janeiro, 2006

MIDIACOM DEMOCRACIA. Revista do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação. Edição nº2, Junho, 2006.

PARLAMENTO EUROPEU. **Resolução do Parlamento Europeu sobre os riscos de violação das liberdades fundamentais na União Europeia e nomeadamente em Itália, em matéria de liberdade de expressão e de informação**. 2004. Disponível em: <<http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P5-TA-2004-0373+0+DOC+XML+V0//PT>>. Acesso em 17 de setembro 2017.

PONTES, José. **O Estado de S. Paulo**. Estadão, 2004. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/historico/print/resumo.htm>>. Acesso em 7/10/2017.

PRIBERAM. **"telecomunicação"**, in Dicionário Priberam da Língua Portuguesa, Disponível em: <<https://www.priberam.pt/dlpo/telecomunica%C3%A7%C3%A3o>>. Acesso em 16 de setembro de 2017.

PRIBERAM. **"radiodifusão"**, in Dicionário Priberam da Língua Portuguesa, Disponível em: <<https://www.priberam.pt/dlpo/radiodifus%C3%A3o>>. Acesso em 16 de setembro de 2017.

RANCIÈRE, Jacques. **O Ódio à Democracia**. São Paulo: Boitempo, 2014.

SOUZA, Jessé. **A Radiografia do Golpe: Entenda Como E Por Que Você Foi Enganado**. Leya, 2016.

UNESCO. **Freedom of Expression in Brazil**. 2017. Disponível em: <<http://www.unesco.org/new/en/brasilia/communication-and-information/freedom-of-expression/>>. Acesso em: 30 de julho de 2017.

APÊNDICE

APÊNDICE A – CATALOGAÇÃO DAS MATÉRIAS VEICULADAS

Categoria	Data de publicação	Veículo	Título	Acesso	Link
<ul style="list-style-type: none"> • Comércio • Democracia: Direitos e Garantias • Liberdade de imprensa 	11/07/2010	Estadão	Cristina Kirchner aperta cerco e tenta atingir finanças do Grupo Clarín	06/08/2016	http://internacional.estadao.com.br/noticias/geral,cristina-kirchner-aperta-cerco-e-tenta-atingir-financas-do-grupo-clarin-imp-,579548
<ul style="list-style-type: none"> • Censura/Controle 	11/09/2009	Folha	Diretor da Receita Federal argentina demite supostos responsáveis por blitz no "Clarín"	11/08/2016	http://www1.folha.uol.com.br/mundo/2009/09/622387-diretor-da-receita-federal-argentina-demite-supostos-responsaveis-por-blitz-no-clarin.shtml
<ul style="list-style-type: none"> • Censura/Controle • Democracia - Direitos e Garantias • Liberdade de imprensa 	07/11/2009	Estadão	Kirchnerismo explícito	07/08/2016	http://www.estadao.com.br/noticias/geral,kirchnerismo-explicito,462561
<ul style="list-style-type: none"> • Comércio • Democracia - Direitos e Garantias • Liberdade de imprensa 	13/07/2010	Estadão	Kirchners e Clarín: de íntimos aliados a mortais inimigos (e um rocambolesco exame de DNA)	06/08/2016	http://internacional.estadao.com.br/blogs/ariel-palacios/kirchners-e-clarin-de-intimos-aliados-a-mortais-inimigos-e-um-rocambolesco-exame-de-dna/
<ul style="list-style-type: none"> • Censura/Controle • Comércio • Liberdade de imprensa 	16/09/2009	Estadão	Kirchners querem impor sua melodia à imprensa	06/08/2016	http://internacional.estadao.com.br/blogs/ariel-palacios/kirchners-tentam-restringir-midia-argent/
<ul style="list-style-type: none"> • Democracia - Direitos e Garantias • Liberdade de imprensa 	10/10/2009	Folha	Lei de comunicações na Argentina integra "ofensiva sem limite", diz jornal	11/08/2016	http://www1.folha.uol.com.br/mundo/2009/10/636381-lei-de-comunicacoes-na-argentina-integra-ofensiva-sem-limite-diz-jornal.shtml
<ul style="list-style-type: none"> • Democracia - Direitos e Garantias • Liberdade de imprensa 	02/05/2010	Estadão	Louis Pasteur, requisitado por Cristina Kirchner'	06/08/2016	http://internacional.estadao.com.br/blogs/ariel-palacios/louis-pasteur-requisitado-por-cristina-kirchner/

<ul style="list-style-type: none"> • Liberdade de imprensa 	10/09/2009	Folha	Mais de 150 fiscais da Receita fazem operação em jornal crítico de Cristina Kirchner	11/08/2016	http://www1.folha.uol.com.br/mundo/2009/09/622247-mais-de-150-fiscais-da-receita-fazem-operacao-em-jornal-critico-de-cristina-kirchner.shtml
<ul style="list-style-type: none"> • Censura/Controle • Democracia - Direitos e Garantias 	12/01/2010	Estadão	O casal criador de crises	07/08/2016	http://www.estadao.com.br/noticias/geral,o-casal-criador-de-crisis,494103
<ul style="list-style-type: none"> • Censura/Controle 	12/09/2009	Estadão	Os Kirchners e a imprensa: a urticária permanente	07/08/2016	http://internacional.estadao.com.br/blogs/ariel-palacios/os-kirchners-e-a-imprensa-uma-relacao-co/
<ul style="list-style-type: none"> • Comércio • Democracia - Direitos e Garantias • Liberdade de imprensa 	12/09/2009	Estadão	Os Kirchners e a imprensa: a urticária permanente	07/08/2016	http://internacional.estadao.com.br/blogs/ariel-palacios/os-kirchners-e-a-imprensa-uma-relacao-co/
<ul style="list-style-type: none"> • Censura/Controle • Comércio • Democracia - Direitos e Garantias • Liberdade de imprensa 	10/10/2009	Estadão	Senado argentino aprova lei de comunicações	07/08/2016	http://internacional.estadao.com.br/noticias/geral,senado-argentino-aprova-lei-de-comunicacoes,448831
<ul style="list-style-type: none"> • Censura/Controle 	10/10/2009	Folha	Senado argentino aprova lei de comunicações; veja repercussão	11/08/2016	http://www1.folha.uol.com.br/bbc/2009/10/636366-senado-argentino-aprova-lei-de-comunicacoes-veja-repercussao.shtml
<ul style="list-style-type: none"> • Democracia - Direitos e Garantias 	10/10/2009	Folha	Senado argentino aprova lei de comunicações; veja repercussão	11/08/2016	http://www1.folha.uol.com.br/bbc/2009/10/636366-senado-argentino-aprova-lei-de-comunicacoes-veja-repercussao.shtml
<ul style="list-style-type: none"> • Censura/Controle 	05/10/2010	Estadão	Suprema Corte argentina mantém suspensão de lei sobre mídia	07/08/2016	http://internacional.estadao.com.br/noticias/america-latina,suprema-corte-argentina-mantem-suspensao-de-lei-sobre-midia,620703